

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**LOS PORTALES WEB COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIA:
EVALUACIÓN DEL PORTAL ESTUDIANTIL DE LA FCPYS**

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

PRESENTA:

BECERRA PALMA MAYRA YURIRIA

ASESORA:

ADRIANA REYNAGA MORALES

CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO D.F. 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

Dedicatoria

Este logro lo dedico a mis padres porque sé que les provoca una gran ilusión verme culminar en esta etapa de mi vida, la cual habrá sido imposible alcanzar de no ser por su apoyo incondicional a lo largo de estos años.

Agradecimientos

A mi familia, por forjarme aquellas raíces que me han hecho llegar hasta donde estoy y enseñarme a ser persistente para lograr aquello que me propongo.

A mis amigos, por permitirme aprender cosas de ellos, así como motivarme para cerrar este círculo de mi vida.

A mis profesores, por enseñarme y ponerme retos cada más desafiantes que ayudarán a mi crecimiento y también por transmitirme su pasión por el aprendizaje continuo.

Y todas aquellas personas que de alguna manera estuvieron alentándome en este proceso.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO 1 Tecnologías de la Información y Comunicación.....	8
1.1 Orígenes de las TIC	8
1.2 Las TIC en la educación	13
1.2.1 El impacto de la sociedad de la información en el mundo educativo	14
1.2.2 Funciones de las TIC en la comunicación	17
1.2.3 Niveles de interacción y formas básicas de uso	18
1.3 Diferenciación entre página web, sitio web y portal web	20
1.3.1 Características de una página web y un sitio web.	22
1.4 ¿Qué es un portal?	23
1.4.1 Características de un portal web.....	27
1.5 Conclusiones del capítulo.....	30
CAPÍTULO 2 Comunicación Universitaria	31
2.1 Qué es la comunicación	31
2.3 El proceso de comunicación.....	33
2.4 Las organizaciones.....	35
2.5 Niveles de comunicación en las organizaciones según sus públicos	42
2.5.1 Comunicación interna	43
2.5.2 Comunicación externa	44
2.5.3 Comunicación intermedia	44
2.6 Comunicación Institucional	47
2.6.1 Institución pública, educativa y gubernamental.....	49
2.7 Orígenes de la Universidad	51
2.8 Comunicación Universitaria	57
2.9 Conclusiones del capítulo.....	60

CAPÍTULO 3 Portal de Comunicación universitaria	61
3.1 Diseño del portal web	62
3.1.1 Forma	62
3.1.2 Tipografía	63
3.1.3 Color	64
3.1.4 Legibilidad	64
3.1.5 Esquema de navegación.....	65
3.1.6 Equilibrio de Imagen y Texto.....	66
3.1.7 Layout.....	67
3.1.8 Organización.....	67
3.2 Contenido del portal	67
3.3. Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.....	72
3.3.1 Historia	73
3.3.2 Objetivo.....	73
3.3.3 Misión.....	73
3.3.4 Visión.....	74
3.3.5 Características	74
3.4 Análisis del Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.....	76
3.4.1 Tipo de usuarios	80
3.4.2 Evaluación cuantitativa	81
3.4.3 Evaluación cualitativa.....	86
3.5 Conclusiones del capítulo.....	91
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	95
ANEXOS	96
BIBLIOGRAFÍA.....	99

INTRODUCCIÓN

En el presente prototipo profesional se lleva a cabo un análisis del Portal Estudiantil de Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, describiendo sus orígenes y desarrollo, así como su estructura técnica y de contenido actual. Lo anterior con el objetivo de evaluar su funcionamiento y su alcance así como definir qué es la comunicación universitaria y qué papel juega actualmente en el proceso educativo.

La utilización de las herramientas de las TIC en la sociedad han generado gran impacto en el mundo por ser tecnologías que impulsan el avance científico en un marco socioeconómico neoliberal-globalizador sustentado por el uso generalizado de la información y la comunicación en la sociedad de la información que conlleva cambios en los ámbitos de la sociedad humana.

Sus efectos se manifiestan de diferente manera en el ámbito laboral que en el mundo educativo, donde todo debe de ser revisado: desde la razón de ser de la escuela y demás instituciones educativas, hasta la formación básica que precisamos las personas en la forma de enseñar y aprender así como la infraestructura y los medios que utilizamos para aprender de ello.

Con el uso de estas tecnologías, los jóvenes cada vez más aprenden cosas dentro y fuera de la escuela buscando medios alternativos en la Internet como son los sitios web, los portales, los blogs, los navegadores, las páginas web, los multimedia, entre otros, que permiten el desarrollo en la educación y a nivel personal.

Anteriormente los portales web universitarios eran creados, manejados y utilizados por autoridades o grupos académicos y no había hasta el momento un portal universitario que fuera diseñado, creado y manejado por grupos estudiantiles como es el caso del Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS).

Dando lugar a los nuevos instrumentos tecnológicos en los planes de estudio dónde se van incorporando a la alfabetización digital convirtiéndose en un instrumento cada vez más indispensable en las universidades.

Por lo tanto, la importancia de este proyecto es realizar mediante una monografía descriptiva la evaluación del desarrollo, el proceso tecnológico, contenido, difusión y extensión del Portal Estudiantil de la FCPyS así como la definición de comunicación universitaria.

Así pues, el presente trabajo queda compuesto por cuatro capítulos, donde el primero titulado “Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se establece el marco teórico sobre el estudio de estas herramientas. Se explica los orígenes de las TIC, el papel que juega las TIC en la educación para dar paso a la definición de página web, sitio web y portal web así como sus características.

En el segundo capítulo llamado “Comunicación Universitaria” es donde se explica qué es comunicación, la historia y definición de la comunicación institucional, las características de cada uno de los niveles de comunicación en las organizaciones, los tipos de instituciones que hay: públicas, educativas y gubernamentales, el origen de la universidad y en específico el de la Universidad Autónoma de México (UNAM), punto de partida para el análisis del portal estudiantil de la FCPyS y la conceptualización de qué es la comunicación universitaria.

El tercer capítulo denominado “Portal de Comunicación Universitaria” se menciona lo que se requiere visualmente para diseñar un portal web, cuál es el contenido que debe tener en un portal educativo, para luego pasar al estudio caso del Portal Estudiantil de la FCPyS.

Finalmente en las conclusiones generales se realiza un recuento de los conceptos y métodos aprendidos así como algunas reflexiones surgidas tras su aplicación.

Se añade también un apartado de anexos con el formato del cuestionario que se realizó a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que sirvieron para la obtención de información como parte del análisis y evaluación del portal estudiantil.

CAPÍTULO 1 Tecnologías de la Información y Comunicación.

Para desarrollar cualquier investigación es necesario definir el campo teórico de donde se desprende el objeto de estudio, con el fin de entender dichos conceptos donde posteriormente servirán para la evaluación y análisis del caso de estudio.

1.1 Orígenes de las TIC

Se denominan TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) al conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información que permiten la adquisición, producción, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética.

En su dimensión social las TIC posibilitan y capacitan la variedad de herramientas en el tratamiento de datos y símbolos para representar información para sus usuarios, donde sus sistemas y productos guardan relación afectando el pensamiento, la comunicación y la práctica cotidiana convirtiéndose en un eminente proceso cultural.

Las TIC se conciben de dos formas, la primera representado por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) constituidas principalmente por la radio, televisión y telefonía convencional y la segunda por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización en las tecnologías de registros

de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfases).¹

Con base en investigaciones realizadas por el Portal de la Sociedad de la Información de Telefónica de España, las TIC son las tecnologías necesarias para la gestión y transformación de la información, particularmente en el uso de los ordenadores y programas.

De la misma manera la cultura tecnológica que nos rodea muestra diferentes capacidades físicas y mentales para el desarrollo social inmiscuyéndonos en los medios de comunicación “mass media²” y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono, fax, televisión, entre otros.

Entrando así a la era de la información entendida como los cambios de comportamientos culturales en la sociedad percibiendo a la realidad como una nueva forma de comunicación y de constructivos de imaginarios colectivos.

Frente a esto, la fecha precisa del nacimiento de la “era de la información y el conocimiento” parte desde la “producción del conocimiento³”, la describía el significado económico y el peso de las actividades relacionadas con la información, las industrias y “servicio del conocimiento”.

Por lo tanto, las telecomunicaciones y la electrónica se perfilan desde una perspectiva socio tecnológica, como las precursoras de la “era de la información y el conocimiento” pues crearon sus cimientos a partir de la energía eléctrica, la

¹ Dato obtenido del Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela.

² El término mass-media (medios de comunicación de masa) indica los instrumentos que permiten una difusión colectiva de contenidos del mismo tenor a los individuos y a los diversos grupos que componen la sociedad.

³ Ianni Octavio, “La sociedad global”, México, Siglo XXI, ed. 1998, p.313.

telegrafía y la telefonía (alámbrica e inalámbrica), la radiodifusión, el cinematógrafo, la banda sonora y la televisión para conformar algunos de los medios de comunicación masiva dando lugar a lo que hoy es conocido como la “industria cultural” del siglo XX.

Después esta “industria cultural” se fusionó con la computación y la informática para generar los avances tecnológicos que se da en adelante, como apuesta Castells “llegaron en racimos, interactuando unos con otros en un proceso de rendimientos crecientes”⁴ dando lugar al proceso actual de las llamadas “nuevas tecnologías” que en palabras de Wilson Dizard no pueden ser tratadas como variables independientes”, pues la telemática contribuye a la creación del hardware y software digital.

Ahora “el capital intelectual se está transformando en algo más importante, el capitalismo físico... la nueva fuente de riqueza no es material, es la información, es conocimiento aplicado al trabajo para crear valor. La persecución de la riqueza es hoy en día la percusión de la información”⁵ pues dicha era y su sociedad ha creado su propio instrumental tecnológico correspondiente y necesario para su renovada expansión⁶, confirmando la hipótesis de “el nacimiento de una nueva industria cultural supone la absorción y utilización de los anteriores en términos de contenido”⁷.

⁴ Castells Manuel, “*La sociedad red*”, México, Siglo XXI, 1999, p. 63

⁵ Walter Wilson, “*The Twilight of Sovereignty: How the information revolution is transforming our world*” New York, Schibner, 1992, p.19.

⁶ Pérez Espino, Efraín, *Los ciudadanos de cara del siglo XX: México. Entre la “Era” y la “Sociedad de la Información y el conocimiento”*, México, Ed. UNAM,2005, pp. 429.

⁷ Miguel Bustos Juan Carlos, “*Industrias culturales: Internet, financiación, gratuidad y precios*”.En *Delia Crovi Druetta et. Al. “Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y posible”*, México, La Crujía, 2004, p. 270

La sociedad de la información no sólo considera el uso de la información, su disposición y fácil acceso, también se aboca a otro aspecto muy importante: estimular la producción informativa en los múltiples grupos sociales que forman la diversidad que enriquecen la globalidad en la que todos estamos representados.

Con la optimización de las TIC, el Internet pasa de ser una tecnología, a ser un medio de comunicación y de interacción de organización social. Un medio indispensable en la “sociedad red”⁸ en que vivimos, entendida como la estructura social construida en torno a redes de información basándose en el uso de las tecnologías aplicadas a Internet, convirtiéndolo en el procesador de la virtualidad y el creador de nuestra realidad.

Lo cual no significa progreso, puede ser vista como una oportunidad o como una problemática causante de grandes desigualdades, dependencias tecnológicas, libre acceso a la información en el ciberespacio, “basura” como información repetida o incorrecta contaminando y saturando el medio, entre los más importantes.

Por consiguiente la llamada "brecha digital" es un término emergente dentro de una desigualdad social, cultural y económica, la cual conlleva una marginación tecnológica por no formar parte de la “sociedad de la información” entendida como la sociedad medida principalmente por los individuos interconectados vía Internet para trabajar en áreas de la "e-inclusión", entendida como el acceso a las tecnologías y adecuación a las necesidades de los colectivos más vulnerables, apropiándose y modificándose a las necesidades locales, fomentando la preservación de la identidad sociocultural para potenciar la integración de los grupos con riesgo de exclusión.

⁸ Castell, Manuel, Internet y la sociedad red, México, Siglo XXI, Volumen I,

Sin embargo, la sociedad de la información también conlleva nuevos retos para las personas porque ahora necesitan adaptarse a la rápida información presentada en nuestro entorno así como la adaptación a los requerimientos del conocimiento.

El ciudadano mexicano frente a la sociedad de la información.

La sociedad de la información es un factor se mide a través de las personas haciendo uso de las TIC. En el caso de México, no todos contamos con acceso a Internet y los usuarios de este medio también son segmentados por los usuarios activos, tanto como los usuarios no activos, el índice de desarrollo disminuye.

Ahora la sociedad no sólo es vista como los países desarrollados o en vías de desarrollo, sino aparece otro factor. Los países de la “Tercera Ola”, vistos como paradigma proponen dividir a la sociedad de la información y el conocimiento en tres “tecnoestratos”:

La “Tecnosfera” integrada por los generadores de información.

La “Inosfera” son los intermediarios o quienes la vuelven accesible.

La “Sociofera”, conformada por quienes la utilizan.

En nuestro país se verá, de manera similar a como ocurre en el resto del mundo subdesarrollado, la “Tecnosfera”, integrada por quienes “generan” la información como insumo/producto de alta tecnología es interconectividad telemática es prácticamente inexistente, debido a la voluntad política de nuestros gobernantes y a la falta de visión de nuestras elites intelectuales, las cuales prefieren seguir importando “hardware” y “software” y esclavizarse en sus

esquemas de actualización anual o de mejoras a plataformas como la de Microsoft Office en vez de apoyar el desarrollo de esquemas de información propios.

1.2 Las TIC en la educación

Para todo tipo de aplicaciones educativas las TIC son medios y no fines, es decir, son herramientas, materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades y los ritmos de aprendices utilizados en las tecnologías para acercarse al mundo constituyendo a las TIC como uno de los pilares básicos de la sociedad proporcionando al ciudadano una educación en su realidad.

Las posibilidades de las TIC en la educación son de dos maneras: por su conocimiento y por su uso.

En el primer aspecto el conocimiento es una consecuencia directa de la cultura actual donde el mundo no puede entender los cambios globales socioeconómicos, socioculturales y sociopolíticos que se presentan sino tiene un mínimo de cultura informática.

Es importante entender cómo se genera, transforma, transmite y se accede a la información en sus múltiples manifestaciones (textos, imágenes, sonidos) para fomentar una participación en esa cultura.

El segundo aspecto, estrechamente relacionado con el primero, es más técnico. Aquí las TIC son utilizadas para el aprendizaje de cualquier materia o

habilidad mediante el Internet aplicando las técnicas adecuadas para ajustarlas a las necesidades educativas que se presenten.

Sin embargo no es fácil participar en una enseñanza de las TIC diseñada para resolver todos los problemas presentados, es necesario intentar desarrollar sistemas de enseñanza relacionados a los distintos aspectos de la Informática y de la transmisión de información.

1.2.1 El impacto de la sociedad de la información en el mundo educativo

La “sociedad de la información” impulsada por un marco socioeconómico neoliberal-globalizador, sustentado por el uso generalizado de las TIC conlleva cambios en la actividad humana. Sus efectos se manifiestan de manera muy especial en las actividades laborales y en el mundo educativo, donde todo debe de ser revisado: desde la razón de ser de la escuela y demás instituciones educativas, hasta la formación básica que precisamos las personas, la forma de enseñar y de aprender, las infraestructuras y los medios que utilizamos para ello.

En este marco se identifica tres posibles reacciones de los centros docentes para adaptarse a las TIC y al nuevo contexto cultural:

- **Escenario tecnócrata.** Las escuelas se adaptan realizando simplemente pequeños ajustes: en primer lugar la introducción de la "alfabetización digital" de los estudiantes en el curriculum para el uso de las TIC como instrumento para mejorar la productividad en el proceso de la información (aprender SOBRE las

TIC) y luego progresivamente la utilización las TIC como fuente de información y proveedor de materiales didácticos (aprender DE las TIC).

-Escenario reformista. Se dan los tres niveles de integración de las TIC nombrados por José María Martín Patiño, Jesús Beltrán Llera y Luz Pérez. Los dos anteriores (aprender SOBRE las TIC y aprender DE las TIC) y además se introducen en las prácticas docentes nuevos métodos de enseñanza/aprendizaje constructivistas, los cuales contemplan el uso de las TIC como instrumento cognitivo (aprender CON las TIC) y para la realización de actividades interdisciplinarias y colaborativas. "Para que las TIC desarrollen todo su potencial de transformación deben integrarse en el aula y convertirse en un instrumento cognitivo capaz de mejorar la inteligencia y potenciar la aventura de aprender".

- Escenario holístico: los centros llevan a cabo una profunda reestructuración de todos sus elementos. Como indica Joan Majó "la escuela y el sistema educativo no solamente tienen que enseñar las nuevas tecnologías, no sólo tienen que seguir enseñando materias a través de las nuevas tecnologías, sino que estas nuevas tecnologías aparte de producir unos cambios en la escuela producen un cambio en el entorno y, como la escuela lo que pretende es preparar a la gente para este entorno, si éste cambia, la actividad de la escuela tiene que cambiar".

La omnipresencia de los medios de comunicación social, los aprendizajes que las personas realizamos informalmente a través de nuestras relaciones sociales, de la televisión y los demás medios de comunicación social, de las TIC y especialmente de Internet, cada vez tienen más relevancia en nuestro bagaje cultural. Además, instituciones culturales como museos, bibliotecas y centros de recursos cada vez utilizan más estas tecnologías para difundir sus materiales

(vídeos, programas de televisión, páginas web, entre otros) en toda la población. Y los portales de contenido educativo se multiplican en Internet.

Con el uso de estas tecnologías, los jóvenes cada vez aprenden más cosas fuera de la escuela. Por ello, uno de los retos en las instituciones educativas consiste en integrar las aportaciones de estos poderosos canales formativos en los procesos de enseñanza y aprendizaje, facilitando a los estudiantes la estructuración y valoración de estos conocimientos dispersos obtenidos a través de los "mass media" e Internet.

Así, además de la consideración a todos los niveles de los cambios socio-económicos que originan o posibilitan los nuevos instrumentos tecnológicos, la globalización económica y cultural, en los planes de estudios se van incorporando la **alfabetización digital** básica (cada vez más imprescindible para todo ciudadano) y diversos contenidos relacionados con el aprovechamiento específico de las TIC en cada materia.

Con los demás ámbitos de actividad humana, las TIC se convierten en un instrumento cada vez más indispensables en las instituciones educativas, donde pueden realizar múltiples funcionalidades como ser una fuente de información (hipermedial), un canal de comunicación interpersonal que intercambie información personal, como medio de expresión y como medio lúdico.

Pasando a la labor compensatoria frente a la brecha digital, los centros docentes pueden contribuir con sus instalaciones y sus acciones educativas (cursos, talleres, pláticas...) a acercar las TIC a colectivos, los cuales de otra forma podrían quedarse marginados. Para ello, además de asegurar la necesaria

alfabetización digital de todos sus alumnos, facilitarán el acceso a los equipos informáticos.

Según Ricardo Monge, "el término brecha digital se refiere al acceso diferenciado que tienen las personas a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs), así como las diferencias en la habilidad para usar tales herramientas, en el uso actual que les dan y en el impacto que tienen sobre el bienestar"⁹.

Martin R. Hilbert sostiene que es la brecha "entre aquellos que tienen acceso a las tecnologías digitales y aquellos que no"¹⁰. Otra definición de la brecha digital por Ricardo Monge y Federico Chacón del Departamento de Comercio de los Estados Unidos: "[mientras] algunas personas tienen las más poderosas computadoras, el mejor servicio telefónico y el más rápido servicio de Internet, así como una riqueza de contenido en este servicio y una capacitación apropiada para sus vidas... Otro grupo de personas... no tiene acceso a las más modernas y mejores computadoras, al más confiable servicio telefónico o al más rápido o más conveniente servicio de Internet. La diferencia entre estos dos grupos de personas constituye... la brecha digital"¹¹.

1.2.2 Funciones de las TIC en la comunicación

La "sociedad de la información" en general y las nuevas tecnologías en particular inciden de manera significativa en todos los niveles del mundo educativo. Las nuevas generaciones van asimilando de manera natural esta nueva cultura

⁹ Monge, Ricardo y John Hewitt. 2004. *Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y el futuro de Costa Rica*. Fundación CAATEC, Costa Rica.

¹⁰ Hilbert, Martin R. *From industrial economics to digital economic*". CEPAL. United Nations Publication, Santiago, Chile. 2001. Pág 103.

¹¹ Monge, Ricardo; Chacón, Federico. *Cerrando la brecha digital en Costa Rica*". Fundación CAATEC, Costa Rica. Enero de 2002. Pág 5.

emergente que para nosotros conlleva muchas veces importantes esfuerzos de formación, adaptación y de "desaprender" muchas cosas realizadas ahora "de diferente manera", o simplemente inservibles. Los más jóvenes no tienen la experiencia de haber vivido en una sociedad "más estática" (como nosotros hemos conocido en décadas anteriores). Para ellos el cambio y el aprendizaje continuo para conocer las novedades de cada día es lo normal.

Precisamente para favorecer este proceso que se empieza a desarrollar desde los entornos educativos informales (familia, ocio...), la escuela debe integrar también la nueva cultura: alfabetización digital, fuente de información, instrumento de productividad para realizar trabajos, material didáctico, instrumento cognitivo.... Obviamente la escuela debe acercar a los estudiantes la cultura de hoy, no la cultura de ayer. Por ello es importante la presencia en clase del ordenador (y de la cámara de vídeo, y de la televisión...) desde los primeros cursos, como un instrumento más, que se utilizará con finalidades diversas: lúdicas, informativas, comunicativas e instructivas.

1.2.3 Niveles de interacción y formas básicas de uso

Los niveles de interacción son temas claves para el estudio del rol del docente y de los estudiantes ante las nuevas tecnologías. Además de utilizarlas como herramientas para hacer múltiples trabajos (buscar información, redactar apuntes...), asegura a los estudiantes una alfabetización digital, conviene que las utilicen a las TIC como instrumento didáctico para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje, aplicando diversas metodologías en función de los recursos disponibles, de las características de los estudiantes y de los objetivos que se pretenden.

Las TIC's se deben de integrar a la educación porque la Era Internet exige cambios en el mundo educativo ya sea para los profesores de la educación como los estudiantes. Tenemos múltiples razones para aprovechar las nuevas posibilidades que proporcionan las TIC para impulsar este cambio hacia un nuevo paradigma educativo más personalizado y centrado en la actividad de los estudiantes. Además de la necesaria alfabetización digital de los alumnos y del aprovechamiento de las TIC para la mejora de la productividad en general, el alto índice de fracaso escolar (insuficientes habilidades lingüísticas, matemáticas...) y la creciente multiculturalidad de la sociedad con el consiguiente aumento de la diversidad del alumnado en las aulas, constituyen poderosas razones para aprovechar las posibilidades de innovación metodológica que ofrecen las TIC para lograr una escuela más eficaz e inclusiva.

Las tres grandes razones para usar las TIC's en Educación

1ª razón: **Alfabetización digital de los alumnos.** Todos deben adquirir las competencias básicas en el uso de las TIC.

2ª razón: **Productividad.** Aprovechar las ventajas que proporcionan al realizar actividades como: preparar apuntes y ejercicios, buscar información, comunicación (e-mail), difundir información (weblogs, web de centros y docentes), gestión de bibliotecas...

3ª razón: **Innovar en las prácticas docentes.** Aprovechar las nuevas posibilidades didácticas que ofrecen las TIC para lograr que los alumnos realcen mejores aprendizajes y reducir el fracaso escolar.

1.3 Diferenciación entre página web, sitio web y portal web

Para saber cuáles son los aspectos que diferencian a una página web de un sitio web y de un portal es necesario definir estos conceptos.

Una página web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular que es almacenada en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet¹². Este documento puede ser consultado por cualesquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.

También puede tener vínculos externos hacia otros sitios web o pueden formar parte de un mismo. En algunos casos estar vinculados a otros documentos en un formato portable, que tiene asociado una serie de atributos observables directa o indirectamente y esto ayuda a la calidad total del sitio.

Un sitio web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Además cuentan con un alojamiento propio, servicio brindado por ciertas empresas donde tienen servidores conectados a Internet, ofreciendo espacio en sus discos para que la información contenida se pueda alojar en el. Este servicio puede ser pagado por el poseedor del dominio o patrocinado por algún proveedor de servicios de Internet.

¹² Tomado de la Comunidad virtual en Pro de la Comunicación Profesional en Iberoamérica, http://www.virtualcom.org/joomla_2/Joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=4&Itemid=1, revisión 25/03/2008

Por lo tanto, la diferencia entre un sitio y una página web es sólo un archivo HTML, por ejemplo, cuando ingresamos una dirección en el buscador: www.wikimedia.org, siempre se hace referencia a un sitio web que a su vez está conformado con una página html, que es lo primero que se visualiza.

Por otro lado, el término portal web ha sido denominado como un sinónimo de puente, para referirse a un sitio web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida para las personas conectadas al world wide web. Son sitios en donde los usuarios tienden a visitar como sitios de enlace. Los portales tienen gran reconocimiento en Internet por el poder de influencia que tienen sobre grandes comunidades virtuales, una de sus funciones importantes es la sección de sitios de interés donde se almacena direcciones Web importantes en relación con una especialidad o tema específico para poder ser detectados por buscadores al relacionar las coincidencias de palabras independientes de las palabras clave dentro del código con el cual se desarrolla el portal¹³.

La idea es emplear los portales para localizar información, ubicar los sitios de nuestro interés y ahí comenzar nuestra actividad en Internet. Un Sitio Web no alcanza el rango de portal sólo por tratarse de un sitio robusto o por contener información relevante. Un portal debe contener motores o sistemas informáticos que faciliten la organización o localización de información.

Los portales deben tener una plataforma de gestión, la cual nos ayuda a que la distribución e integración de los contenidos sea más dinámica, sin embargo, no debemos olvidar la administración del sitio en donde nos exige elaborar una propuesta tecnológica acompañada de un estudio, no sólo de organización de la información, sino también de infraestructura tecnológica capaz de alojar los

¹³ Ibid

diferentes módulos y componentes informáticos que se contienen. Cabe resaltar la rápida evolución en el mercado de las herramientas de creación y mantenimiento de portales, donde esta información se ha automatizado debido al excesivo crecimiento de material en Internet.

Por eso, en la actualidad la mayoría de los sitios web están buscando que los usuarios adopten un modelo donde puedan tener un único punto de acceso a todos los canales de interacción, y una vista agregada de toda la información demandada.

1.3.1 Características de una página web y un sitio web.

a) Página web

Una página web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer un documento dinámico el cual permita ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro sitio web totalmente distinto a través de sus hipervínculos.

Las páginas web pueden consistir en archivos de texto estático, las cuales generalmente usan extensiones de archivos htm o html. En cambio, las páginas web dinámicas utilizan extensiones como php (Hypertext Pre-processor) o jsp (Java Server). En estos casos, el servidor debe estar configurado para esperar y entender estas tecnologías.

b) Sitio web

Hay dos tipos de sitios web, el estático y el dinámico. El primero tiene la característica de que su contenido no cambia frecuentemente y es mantenido manualmente por alguna persona o personas que usan algún tipo de programa editor.

El segundo puede tener cambios frecuentes en la información. Cuando el servidor web recibe una petición para una determinada página de un sitio web, la página se genera automáticamente por el software como respuesta directa a la petición de la página.

Existen muchas variedades de sitios web, cada uno especializándose en un tipo particular de contenido o uso, y pueden ser arbitrariamente clasificados de muchas maneras. Entre los que se encuentran: el sitio archivo (usado para preservar contenido electrónico), sitio weblog (registro de lecturas online), sitio de comunidad virtual, sitio de base de datos, sitio de juegos, sitio wiki, por mencionar algunos.

1.4 ¿Qué es un portal?

El concepto tradicional de portal, surge para definir un tipo de sitios Web, donde se agregaban una serie de contenidos, dirigidos a un grupo muy determinado de clientes; permitiendo a esa comunidad de usuarios, tener un punto único de acceso a los contenidos de su interés.

Según los servicios ofrecidos a los diferentes tipos de usuarios, los portales se suelen clasificar en:

Públicos: estos portales están disponibles a todo el público donde se agregan servicios e información de interés general. Normalmente ofrecen la posibilidad de que los usuarios se registren y personalicen su acceso de alguna manera. Por ejemplo:



Fuente tomada de la página <http://icesecurity.org/images/yahoo1.jpg>

Corporativos: tienen sentido en el entorno empresarial y proporcionan a los empleados acceso personalizado, según perfiles, a información y aplicaciones corporativas.



Fuente tomada de la página <http://www.accionsustentable.cl/wp-content/uploads/2010/04/cdm-para-ibsa.jpg>

Comerciales: también denominados transaccionales, puesto que pretenden implementar el modelo de mercado, como punto de encuentro entre compradores y vendedores, constituyendo un marco para la realización de transacciones comerciales.



Fuente tomada de la página <http://www.correosdemexico.com.mx/Paginas/Inicio.aspx>

Especializados: pretenden ser el punto de acceso a determinadas aplicaciones, de características muy particulares.



Fuente tomada de la página <http://www.eduso.net/>

No debemos olvidar que con la web 2.0 han aparecido otro tipo de portales los cuales ofrecen una serie de servicios gratuitos que siguen la filosofía de compartir y socializar la información.

bookmeetingroom.com
conference & meetings rooms management online

Home Tour Case Studies Help/FAQ Pricing & Signup

room booking made easy

- ✓ **Simplify Meeting Room Reservations.** Instant booking of meeting rooms, conference rooms, studios and other facilities.
- ✓ **Self Service.** Allow self-service booking by all staff or/and clients and reduce administration overhead and costs.
- ✓ **Eliminate Double booking.** Real time availability checking and booking removes the potential for scheduling conflicts.
- ✓ **Generate Reports.** Track room utilisation, by person, dept, company and user. Generate itemised usage and cost reports.
- ✓ **Total Control and Security.** Comprehensive rights management and administration controls. Easy to use and intuitive.

Get started & try for free!

30 DAY FREE TRIAL

Customise any plan to meet your exact needs and budget. Upgrade, Downgrade or Adjust any plan at any time. Pay as you go, no long term contracts, no sign-up fee, no termination fee, Cancel at any time.

[Sign-Up for Free](#)

Company Name

Conference Room #1, Conference Room #2, Conference Room #3, Conference Room #4

Fuente tomada de <http://www.activeonline.ie/web-design-images/web-design-customer-bmr-large.jpg>

1.4.1 Características de un portal web

Otro punto a tratar acerca de los portales son las modalidades en las que se dividen, para Gartner¹⁴ se constituyen en tres:

1. **Portales horizontales:** conocidos como portales masivos o de propósito general, los cuáles se dirigen a una audiencia amplia, tratando de llegar a toda la gente con muchas cosas, por ejemplo, Yahoo, MSN, AOL, Alta Vista, etc.
2. **El concepto de Portal Vertical, o Vortal (Vertical Portal)¹⁵:** surge bajo el concepto tradicional de Portal, como punto de acceso para sectores

¹⁴ Gartner es la mayor y más prestigiosa empresa de Investigación y Asesoramiento en Informática y Telecomunicaciones del mundo.

¹⁵ <http://antoine.eduangi.com/MyWeb/Papeles/PORTALES.PPT>, Revisado 30/10/2008

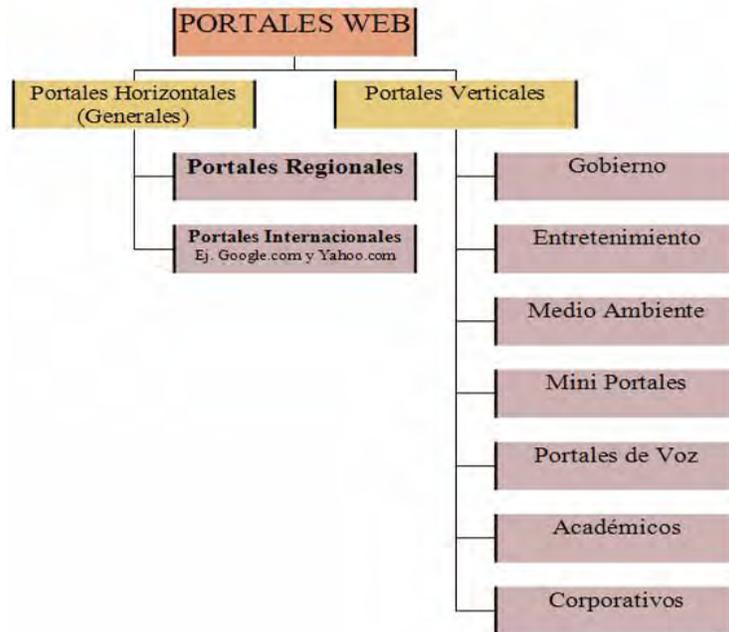
industriales, que representan grupos de usuarios corporativos con necesidades muy particulares que demandan servicios muy concretos, como el *e-procurement*.

De tal manera que los portales verticales son los que se dirigen a usuarios determinados para ofrecer contenido dentro de un tema específico como puede ser un portal de música, un portal de finanzas personales, arte o de deportes.

3. **Portales diagonales:** es una mezcla entre el portal horizontal y el vertical, es decir, son lo que utilizan redes sociales o aplicaciones generalistas como Facebook y You tu be.

A continuación este esquema¹⁶ muestra las diferentes clasificaciones de portales. Los portales horizontales son aquellos portales de uso general como lo son Google y Yahoo!. Se pueden subdividir a nivel regional o internacional de acuerdo al alcance que se pretende. Los portales verticales ofrecen información sobre una industria o tema en particular.

¹⁶ Esquema tomado del documento "*El uso de Portales Corporativos en la Gerencia del Conocimiento para las Empresas*" por Nellid D. Torres Batista de la Universidad del Turaba. Programa Doctoral de Administración de Empresas Gurabu, Puerto Rico, Revisado 11/12/2008



Fuente tomada de la página

<http://www.uprb.edu/profesor/ntorres/Investigaciones/Portales%20Corporativos.pdf>

Con base a esto, los portales web han tomado fuerza debido a las herramientas utilizadas donde el usuario encuentra la información necesaria, de una forma más fácil y en poco tiempo. Además al ser interactivos el usuario se hace participe dentro de este espacio ya sea a nivel de foro, chat o como medio multimedia.

Esto no significa que los sitios web no cumplan con las exigencias que el usuario demanda, sino su la finalidad es otra, puede haber un sitio donde encuentres información actualizada y de interés, sin embargo, sólo es de un tema en particular. En cambio en los portales web a pesar de tener un tema en específico como es el caso de los portales educativos, tienen diferentes herramientas la cual enriquecen la información de ese ámbito.

1.5 Conclusiones del capítulo

Con la información presentada en este capítulo se abordó la definición de qué son las TIC, sus alcances y hacia donde van yendo. Así como las tendencias para la implementación de nuevas herramienta generando nuevas formas de comunicarse y transmitir información.

También la diferencia que existe entre un sitio, una página y un portal web, donde a pesar de ser muy parecidos, la información presentada es diferente debido a la periodicidad de la información publicada así como el uso de la misma herramienta.

Con base en esto, podremos generar un panorama más esclarecido de los medios de comunicación existentes y así conocer cuál es el objetivo de cada uno de ellos y el tipo de público al que va dirigido.

CAPÍTULO 2 Comunicación Universitaria

Para desarrollar cualquier investigación es necesario definir el campo teórico donde se desprende el objeto de estudio con el fin de determinar los alcances y el rumbo que ha de tomar cualquiera que sea el proyecto a emprender. Así, en el presente capítulo se explicará el término de comunicación universitaria, el cual ayudará a entender el tipo de mensaje y el tipo de usuario al que va dirigido.

2.1 Qué es la comunicación

La comunicación es un factor dinámico que permite la interacción, la coordinación de actividades y el intercambio de información.

En términos etimológicos, comunicación proviene del latín *communis* que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de *Koinoonia*) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

En otro aspecto, la comunicación ha sido vista como un tejido complejo de interacciones que no se refiere a lo físico ni a los individuos, es el resultado de las relaciones entre ellos, las cuales pueden ser: políticas, económicas, culturales o sociales; donde la suma de todos estos procesos da lugar al acto intencional mediante el cual un sujeto se relaciona con otro.

François Eldin define al acto de comunicación como:

“aquél en el curso del cual un individuo –o grupo- ‘emisor’ traduce un hecho, un concepto o un sentimiento en un mensaje que dirige, a través del canal que considera más apropiado, a otro individuo ‘receptor’, con la intención de que este último pueda tomar conocimiento del hecho, concepto o sentimiento inicialmente expresado por el emisor”¹⁷

Por su parte, Antonio Pasquali afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social".. Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. Luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como:

"la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre"¹⁸.

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos¹⁹.

¹⁷ François Eldin, *El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresaria*, pág. 26

¹⁸ PASQUALI A., *Comprender la Comunicación*, Monte Avila Editores, 1978 citado en <http://www.rppnet.com.ar/comorganizacional.htm> revisado el 31/03/2009

¹⁹ FERNANDEZ, C., *La Comunicación en las Organizaciones*, Editorial Trillas, México, 1999. citado en <http://www.rppnet.com.ar/comorganizacional.htm> revisado el 31/03/2009

No hay que confundir, al término información con el de comunicación, pues mientras la primera hace referencia un conjunto de datos acumulables y transferibles, la comunicación implica retroalimentación por parte del receptor, “un mensaje que no espera respuesta se convierte en información, pero cuando busca estimular al receptor para que emita una respuesta o modifique su actitud ante el tema en cuestión nos hallamos ante un proceso de comunicación”²⁰

Así pues, para el presente estudio se entenderá por comunicación al proceso interactivo dinámico y transaccional mediante el cual un individuo u organización, valiéndose de los recursos a su alrededor transmite un mensaje a él o los receptores con el fin provocar una respuesta.

2.3 El proceso de comunicación

La comunicación puede ser tan sencilla o tan compleja según las características de los interlocutores así como los fines que se persigan. En la búsqueda por comprender cómo funciona este proceso se han creado modelos adecuados a los objetivos y necesidades de la época.

No obstante, en el proceso de comunicación son identificables por lo menos cinco elementos fundamentales:

- 1. Fuente o Emisor:** Es quien envía u origina el mensaje.
- 2. Mensaje:** Es el conjunto de significados que la audiencia recibe o envía, “en sentido general el mensaje es el contenido de las informaciones transmitidas”²¹
- 3. Canal de Comunicación:** Son las formas de transmisión con que los mensajes se llevan o entregan al receptor y depende de la imaginación o creatividad del

²⁰ Ricardo Homs Quiroga, *La comunicación en la empresa*, pág. 15

²¹ François Eldin, *El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresarial*, pág.29

emisor. Cada canal cuenta con características propias: cobertura, flexibilidad, duración, credibilidad y costo, por lo que se debe tener bien definidos los objetivos al seleccionar el medio.

4. Receptor: Es la audiencia a la cual va dirigido el mensaje.

5. Retroalimentación: Acto mediante el cual el receptor otorga una respuesta al emisor dando continuidad al proceso comunicativo, esto significa un cambio de rol entre emisor y receptor.

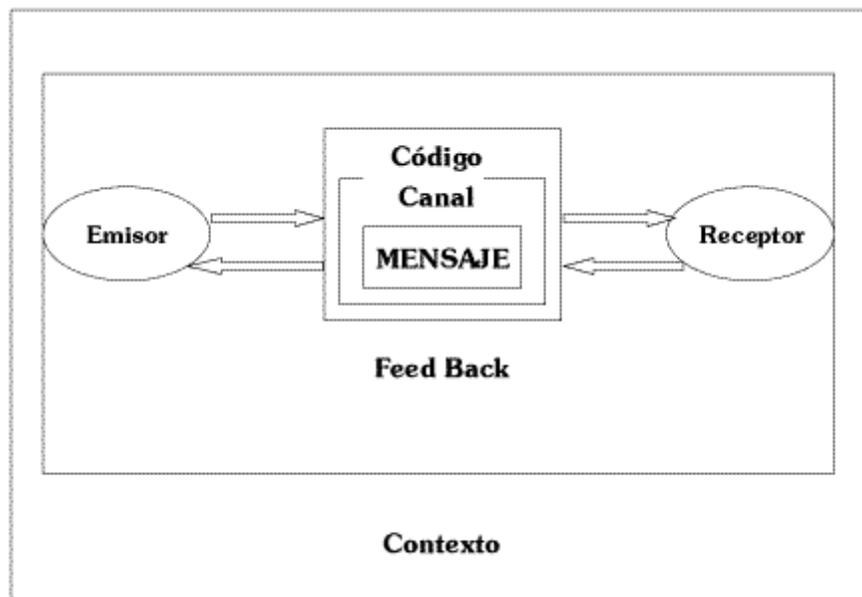


Figura 1. Modelo básico de comunicación de la página

http://3.bp.blogspot.com/_f1iCk89Jtms/TIR04I0IXKI/AAAAAAAAABI/LRXeskYRiu4/s1600/conten01.gif

La importancia de este modelo de comunicación radica en la posibilidad de emplear adecuadamente cada uno de los recursos, con el objetivo de enviar, recibir y analizar un mensaje y su impacto en los receptores, por consiguiente se pretende producir una repuesta y acción deseada.

2.4 Las organizaciones

Una vez que se han distinguido los elementos principales del proceso comunicativo, es posible ubicarlo en el contexto de las organizaciones y sus relaciones sociales.

La mayoría de las actividades que realizan los seres humanos tienen lugar dentro de las organizaciones, fenómeno social a través del cual los individuos logran satisfacer sus necesidades de convivencia y desarrollo.

Etimológicamente la palabra organización proviene del griego *organon* cuyo significado es *instrumento*, de manera que organizarse se convierte en la herramienta adecuada para lograr un objetivo.

También existe una relación estrecha con la palabra organismo la cual implica que la organización queda compuesta por un conjunto de partes con funciones específicas que coordinadas permiten desarrollar una actividad. Al igual que un ser vivo, las organizaciones tienen un proceso vital: nacen, crecen, se reproducen y mueren.

Carlos Bonilla ofrece una definición acertada donde la organización es vista como “un sistema social, en el que la acción coordinada y la interrelación de individuos conducen, mediante la división de trabajo a la consecución de objetivos comunes.”²²

²² Carlos Bonilla, *La comunicación: función básica de las relaciones públicas*, México, Editorial Trillas, 2001 pág.16

Una organización por lo tanto, no es igual a la suma de los individuos que la componen, adquiere características específicas que la convierten en un sistema mucho más complejo, con personalidad y objetivos precisos, es justamente esta relevancia adquirida la que ha dado origen a una serie de teorías que elaboran clasificaciones y descripciones con fines de estudio.

Entre la variedad de enfoques surgidos a finales del siglo XIX y principios del siglo XX hasta la actualidad es posible distinguir cuatro escuelas teóricas fundamentales; Teoría clásica, Teoría humanista, Teoría de sistemas y Teoría de contingencia.

Teoría clásica:

Tras la Revolución industrial, considerada el cambio socioeconómico y cultural más grande en la historia que desembocó en la diversificación de las organizaciones y sus formas de trabajo, se dio origen a una serie de investigaciones sistemáticas en busca de delimitar y proponer mejores formas de operación. Max Weber, Frederick Taylor y Henry Fayol son los principales exponentes de esta corriente.

Los teóricos clásicos sostienen como principio básico que el hombre es un ser racional cuyo motor es de carácter económico de tal manera que buscará mejorar su situación financiera.

Otro principio es la división del trabajo, pues debido a la producción en gran escala y al uso de maquinaria que supera la mano del hombre en algunas actividades se vuelve indispensable la especialización en una parte del proceso de

producción, el trabajo artesanal ya no es eficiente e implica una pérdida de tiempo y dinero.

Max Weber²³ propone una forma ideal de organización basada en la división del trabajo y por tanto en la especialización de funciones, bases para su teoría de la burocracia.

De acuerdo con ésta teoría para el buen funcionamiento de una organización es necesario establecer jerarquías, donde cada empleado tenga unas obligaciones y derechos bien definidos regidos por normas y estándares de operación por escrito. El nivel de formalidad debe ser alto para evitar disputas de poder y autoridad.

No obstante, una excesiva rigidez en la estructura organizacional provoca que esta no sea capaz de actuar de manera ágil frente a los cambios que se presentan lo cual se traduce en ineficiencia de las organizaciones basadas exclusivamente en esta estructura, tanto así que el término burocracia es identificado como sinónimo de ineficiencia.

De manera similar a Weber, Frederick W. Taylor y Henry Fayol establecían que la manera más eficaz para el funcionamiento de una organización era por medio de la investigación y la sistematización de los procesos.

Por tanto, la comunicación organizacional basada en este enfoque es esencialmente formal, con un margen muy estrecho de acción con respecto a lo

²³ Max Weber, *The theory of social and economic organizations*, T. Parsons (dir.) Oxford University Press, Nueva York, 1947. Citado en Carlos Fernández Collado, *La comunicación en las organizaciones*, pág. 38

establecido. La centralización en la toma de decisiones puede producir una comunicación lenta y despreocupada por las necesidades de los miembros de la organización.

Teoría Humanista:

Esta teoría desarrollada a finales de los años veinte y principios de los treinta pone mayor énfasis en la naturaleza humana y su impacto en el desempeño y logros de la empresa. Surgen importantes puntos de análisis como el liderazgo, motivación, las relaciones, la comunicación informal, el cambio y el desarrollo de los recursos humanos.

Dentro de los principales exponentes de esta corriente se encuentran Elton Mayo, Kurt Lewin, Rensis Likert, Douglas McGregor y Cris Argyris. La preocupación de estos autores estuvo centrada principalmente en la relación entre productividad y satisfacción personal en el trabajo e implementaron sistemas de medición con este fin.

Kurt Lewin dedicó sus estudios a entender el comportamiento grupal ocupándose principalmente en el impacto del liderazgo. Likert elaboró cuatro modelos de diseño organizacional enfocados a la comunicación interna. Por su parte McGregor elaboró la teoría X y la teoría Y sobre las motivaciones de los empleados para aceptar sus responsabilidades.

Para esta escuela la comunicación organizacional juega un papel central al momento de definir y analizar la naturaleza de los grupos de trabajo, puesto que los seres humanos no son máquinas es necesario llevar a cabo una comunicación

estrecha y muy bien pensada para poder empatar las aspiraciones personales con los intereses del grupo de trabajo.

Teoría de sistemas:

A diferencia de las teorías anteriormente descritas la teoría de sistemas lleva el análisis de las organizaciones también a un nivel externo, el análisis del entorno se vuelve muy importante para definir el nivel de influencia sobre el resto de los elementos que componen al sistema.

El sistema queda definido como “un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que constituyen un ‘todo organizado’, donde el resultado es mayor que la suma de sus partes”²⁴

Daniel Katz y Robert Kahn elaboraron uno de los trabajos más completos plasmado en su libro *Psicología social de las organizaciones* cuya tesis central es que las organizaciones son sistemas abiertos y vivientes interdependientes con el medio que los rodea.

La comunicación para la teoría de sistemas es igualmente importante tanto a nivel interno como externo, la información se convierte en una entrada importante para el sistema que deberá responder, logrando así una retroalimentación constante, motor para la evolución y adaptación de la organización a su entorno y viceversa.

²⁴ Carlos Fernández Collado, *La comunicación en las organizaciones*, P. 49

Teoría de contingencia:

Esta corriente comenzó a finales de la década de los cincuenta y dando seguimiento a la relevancia del entorno le da un peso muy importante a la influencia del contexto en que se desenvuelve la organización, afirmando que “debe haber una estrecha relación entre las demandas del entorno y la manera en que una organización responde.”²⁵

Joan Woodward fue uno de los principales autores cuya aportación fue analizar los niveles de complejidad tecnológica de las organizaciones con respecto de su proceso de producción y comunicación.

Para Paul Lawrence y Jay Lorsch de la Harvard Business School la comunicación es esencial para un funcionamiento adecuado y eficaz con respecto a las necesidades del entorno, siendo el elemento integrador entre las distintas áreas de una empresa.

Tipos de organizaciones

Con el fin de poder comprender mejor el funcionamiento de las organizaciones es posible realizar una sencilla clasificación a partir del tipo de interrelaciones que se dan entre los individuos que la componen, dando como resultado la división entre organizaciones formales y no formales.

²⁵ Ibid. P. 54

Organizaciones informales:

Son producto del agrupamiento libre y voluntario entre individuos, su nivel de cohesión depende casi por completo de los puntos en común de sus integrantes. En este tipo de organizaciones el liderazgo y el poder entran fácilmente en conflicto pudiendo afectar su eficiencia y productividad.

Organizaciones formales:

En las organizaciones formales existe un sistema de división del trabajo, requiere un nivel de comunicación más elevado así como reglamentado. En estas organizaciones hay delimitación de funciones, jerarquización de puestos y niveles de responsabilidad, delegación de actividades, dirección y mecanismos de control.

Dentro de las organizaciones formales es posible distinguir tres tipos principalmente: las instituciones, las empresas y los organismos intermedios o representativos. Cabe aclarar que en la medida que se profundiza en su estudio sería posible identificar otros tipos de organizaciones con características mucho más específicas.

A partir de un enfoque organizacional una institución es un grupo de personas reunidas y organizadas con un propósito determinado, para el punto de vista sociológico es el conjunto de mecanismos por medio del cual los individuos participan por medio de una estructura.

La empresa mientras tanto es un grupo social reunido con fines económicos y regulado por las leyes, produce y oferta bienes y/o servicios útiles para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Existen distintos tipos de empresas clasificables de acuerdo con sus actividades; comerciales o de servicios, y su magnitud; micro, pequeña, mediana y grande, en consideración con su capital, el número de personas que emplean, el sector de mercado al que abastecen, entre otros.

Por su parte los organismos representativos son agrupaciones de personas u otras organizaciones de menor tamaño y un mismo objetivo, reunidas con el propósito de favorecer al gremio.

2.5 Niveles de comunicación en las organizaciones según sus públicos

Durante algunos años, la comunicación organizacional ha tenido un enfoque tecnicista, esta visión ha delineado la realidad empresarial tanto en el interior como en el exterior de las organizaciones.

Al igual que como los seres humanos, la comunicación en las organizaciones se ha transformado y adecuado a las necesidades que cada público busca, por tal motivo, la comunicación se ha segmentado con el fin de identificar con mayor facilidad sus formas de expresión al interior de la empresa.

Sobre la comunicación organizacional es importante partir de los conceptos básicos de esta especialidad en la comunicación, así como hacer referencia a las escuelas más representativas como la humanista, la clásica y la de sistemas para concluir con los grupos de trabajo en las organizaciones.

Por su parte Gerald Goldhaber²⁶ nos presenta un modelo de comunicación organizacional en el que se observa un sistema complejo y abierto que es influenciado e influye a su vez en el medio ambiente; asimismo, la comunicación organizacional implica mensajes, su flujo, propósito, dirección y el medio empleado así como personas, sus actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades.

De acuerdo con los públicos a los que se dirige así como la función prioritaria es posible distinguir a la comunicación en tres dimensiones fundamentales: la comunicación interna, la comunicación intermedia y la comunicación externa.

2.5.1 Comunicación interna

Este nivel de comunicación ha sido identificado desde hace mucho tiempo, ya sea que lo hayan planificado o no, siempre ha existido un mensaje que se ha elaborado para los públicos que conforman una organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros).

²⁶ Goldhaber, G. M., *Comunicación organizacional*, Ed. Diana. México, 1984, cita en <http://comunicacionyeducacionamic.blogspot.com/2008/05/modelo-de-gestin-de-comunicacin.html>, Revisado 7/12/2010

De esta manera, la comunicación interna se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

2.5.2 Comunicación externa

Este nivel de comunicación hace referencia al tipo de mensaje que es emitido al exterior de la organización y la relación que existe hacia sus diferentes públicos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.) encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

2.5.3 Comunicación intermedia

Después de haber explicado brevemente los niveles de comunicación que existe en una organización o empresa, es momento de pasar a la definición de comunicación intermedia, que a pesar de que no ha sido tan mencionada existe en algunos tipos de institución, por ejemplo, las instituciones educativas.

Las instituciones educativas tienen una peculiaridad, la cual es, la forma de relacionarse con un público intermedio llamado estudiantado. Este tipo de público participa tanto directa como indirectamente en los mensajes que se emiten dentro de la institución.

En el modelo de comunicación de Harold Lasswell menciona que:

La comunicación interpersonal directa es un elemento clave en el desarrollo organizacional, pero las nuevas tecnologías han introducido elementos mediáticos que han venido a modificar los modelos tradicionales²⁷.

Ahora podemos hablar de comunicación intermedia, comunicación mediática o comunicación punto a punto, que ha venido a ser un elemento vital dentro de la comunicación de las organizaciones de todo tipo: comerciales, culturales, civiles, gubernamentales, educativas, etc. incluso en el seno familiar. Este nivel de comunicación se ubica entre la comunicación interpersonal y la comunicación masiva por compartir elementos comunes a ambas, pero a la vez constituye un nuevo proceso.

De esta manera, se entiende por comunicación intermedia aquella que se realiza ante las instituciones, los interlocutores sociales y otras instituciones que actúan en ámbitos próximos.

Otra manera de conceptualizar a la comunicación intermedia es:

Aquella que se establece entre dos puntos a través de un canal artificial, ya sea teléfono, celular, correo electrónico, chat, etc. pudiéndose presentar la comunicación de manera sincrónico o asincrónica, de uno a uno o de uno a varios. Estas nuevas tecnologías de la comunicación han venido a constituir una herramienta de trabajo indispensable dentro de todo tipo de empresa y organización, tanto de manera individual, como para el trabajo en equipo²⁸.

²⁷<http://comunicacionyeducacionamic.blogspot.com/2008/05/modelo-de-gestin-de-comunicacin.html> Revisado 7/10/2010

²⁸ Opcit <http://comunicacionyeducacionamic.blogspot.com/2008/05/modelo-de-gestin-de-comunicacin.html>

Dado las definiciones antes mencionadas podemos decir que la comunicación intermedia en una institución educativa es la que se presenta en el estudiantado entre los públicos internos y externos.

La participación que se genera en este tipo de público es diversa, ya que internamente tienen relación constante con los profesores (empleados de la institución) los cuales les dan las herramientas necesarias para difundir el conocimiento y a su vez transmitir un mensaje específico que va forjándose conforme al aprendizaje educativo que se le ha inculcado durante la estancia en la institución, mientras tanto, con el público exterior lo va nutriendo de la información que se genera a su alrededor.

Así el mensaje que buscaría adquirir el estudiante y a la vez difundir sería el siguiente:

1. Comunicación efectiva
2. Mejora continua
3. Maximizar los beneficios del trabajo colaborativo
4. Promoción de decisiones más asertivas de los educandos
5. Aprendizaje significativo

Y con esto, formar una comunicación universitaria que represente a esta comunidad y que fomente la apropiación del uso de las nuevas herramientas tecnológicas.

2.6 Comunicación Institucional

La comunicación institucional ha existido desde que existen instituciones, desde que el hombre se organizó con sus semejantes para alcanzar su objetivo común, tal es el caso de las tribus nómadas, que conformen iban evolucionando las tribus pasaron a convertirse en sociedades desarrolladas como la del Antiguo Egipto o Grecia. Después en su seno se crearon instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensa, comerciales, religiosas, culturales y políticas. Esas instituciones tenían un puesto en la sociedad y proponían ideas, modos de gobernar y valores. Es por ello, que la difusión de ideas en la sociedad siempre ha estado presente, lo que ha variado es el modo de realizarse a lo largo de la historia.

En los siglos XIX y XX, el desarrollo económico-industrial y los adelantos científicos provocaron el descubrimiento de nuevos medios de comunicación con un potencial de difusión extraordinario: primero la radio, después la televisión y más adelante la tecnología digital o Internet. Estos medios configuraron una nueva sociedad, la sociedad de la información, dando vida a una cultura global y situada a los medios de comunicación en el centro del debate político, religioso, comercial e ideológico de todo el siglo XX.

La comunicación institucional tiene por tanto muchos y variados antecedentes históricos, pero en cuanto a disciplina se ha desarrollado especialmente desde mediados del siglo XX, muy unida a la comunicación de empresas comerciales.

La denominada comunicación institucional es la transmisión de información, ideas, imágenes y símbolos que realizan justamente las instituciones para

mantenerse y proyectarse en el juego de la interacción institucional. Este proceso tiene como característica o naturaleza distintiva la observación de cuatro premisas básicas y guías para la transferencia comunicacional.

La primera es la identidad, en la cual la institución debe transmitir claramente su identidad, su sistemática conformación, atendiendo a su morfología y contenido. La segunda es la actividad, donde a través de sus acciones comunicacionales, la institución debe esclarecer la naturaleza de su actividad, la forma en que se va a desarrollar y con qué objetivos. La tercera es el discurso, que es una afirmación contundente acerca de su voluntad de brindar como institución un beneficio al cuerpo institucional. Esto constituye el servicio: para qué sirve y a quién le sirve. Por último encontramos la relación, que es la premisa lógica del esquema, pues los mensajes o acciones deben unir, finalmente, los puntos de actividad y vocación. A través de ellos, se subraya y remarca el rol y la relación de la institución como emisora y receptora de sus destinatarios.

Para José María La Porte²⁹ las características de la comunicación institucional pueden destacarse las siguientes:

1. La comunicación institucional está relacionada con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, pero va más allá de las funciones realizadas por ellas, pues busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que lo fundamentan.
2. La comunicación institucional tienen un carácter dialógico porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.

²⁹ La Porte José María, *Introducción a la comunicación institucional*, Roma, 2002, p. 4, citado en <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>, Revisión 29/07/2009

3. No puede separarse de la identidad de una institución, sus valores y el modo de comunicar.
4. Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad y su comunicación debe tener muy en cuenta esa responsabilidad.
5. Existen tres posibles imágenes (que no siempre coinciden) en la comunicación de una institución: la imagen que se desea, la imagen real de la institución y la imagen percibida.
6. La comunicación institucional no se identifica solamente con la información ofrecida por quienes coordinan las actividades comunicativas en la empresa. Hay un tipo de comunicación formal que es la que realizan quienes han sido oficialmente designados para ello. Hay otro tipo de comunicación que es informal: la que transmiten quienes forman la institución con su modo de actuar y proceder, ya que aunque no estén investidos de autoridad son percibidos como parte representante de la organización.
7. Tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros de los diversos públicos, sean públicos internos o externos.

2.6.1 Institución pública, educativa y gubernamental

La institución es el establecimiento, empresa o persona moral fundada con aspiraciones de permanencia cuyos intereses son independientes de los de las personas físicas que la integran, y es pública cuando es de todos y pagada por todos. Un ejemplo de ello son los colegios públicos, institutos, escuelas infantiles, residencias, hospitales, ministerios, delegaciones, universidades, etc.

La institución educativa es una organización social compleja con implicancias sociales, políticas, educativas y culturales. Dentro de esta

complejidad conceptual tenemos un abanico de posturas sobre ella, quizás los más representativos son las que la consideran autoritaria y represiva, y los enfoques que la aprecian como democrática y participativa. Para los primeros, la escuela es una organización de dominación, reproducción y socialización, cumpliendo de esa manera funciones tanto políticas como educativas al mantener las condiciones sociales de inequidad y desequilibrio. "La escuela es un aparato Ideológico del Estado"...; "cualquier formación social que quiera mantenerse como tal tiene que reproducir si quiere seguir produciendo las condiciones de producción"³⁰ dentro de esta corriente encontramos a autores como Marx, Althusser y Bourdieu, entre otros.

En cuanto a la segunda postura encontramos a aquellos que conciben a la escuela como un ámbito de democratización social en donde entre otras cosas sus actores practican la libre circulación de ideas, la reflexión crítica y el análisis de las problemáticas sociales, participando de escenarios que trascenderán lo educativo y tenderán a limitar al extremo los obstáculos que impiden un razonable equilibrio social ,:" La escuela es primariamente una Institución Social, siendo la educación un proceso social...,procurando de los alumnos la utilización de sus capacidades para fines sociales"³¹, dentro de esta corriente encontramos a pensadores como Dewey , Giroux y Apple, entre otros.

Haciendo mención a esta última definición, la Universidad Autónoma de México (UNAM) que forma parte la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) entrarían en este tipo de institución educativa.

Por su parte, la institución gubernamental son agentes que tienen lógicas estructurales, culturales funcionales propias, donde no todo es un conjunto de

³⁰ Citado en <http://mayeuticaeducativa.idoneos.com/index.php/368115> Revisado 7/10/2010

³¹ Opcit <http://mayeuticaeducativa.idoneos.com/index.php/368115>

tomadores de decisiones racionales ni políticas y donde no todo es un conjunto de expedientes y normas.

2.7 Orígenes de la Universidad

Existen algunas referencias sobre los antecedentes de la universidad, donde algunos investigadores apoyan la idea que las primeras universidades fueron de origen árabe por sus aportaciones en la educación, por contar con extensas bibliotecas y observatorios astronómicos, además de practicar evaluaciones y conferir diplomas.

Sin embargo, la universidad como institución nació en la edad media cuando evolucionan los procesos de reorganización social y cultural de la Europa de dicha época. A pesar del criterio universalmente aceptado, no se desconocen los aportes que hicieron un conjunto de organizaciones de la antigüedad, como es el caso de las escuelas brahmánicas y la aportación de la imprenta en China que ayudó a vigorizar la educación superior, la ciencia y la tecnología.

La universidad medieval se organizó bajo la figura de facultades, aunque inicialmente este término se refería a la *facultas docendi* que la institución daba a sus graduados al permitirle actuar como maestros y otorgarles la licencia *docendi* (permiso para enseñar). Hoy en día, este concepto “facultad” significa el conjunto de profesores y estudiantes que ejercen una rama del conocimiento.

Las principales facultades más importantes en esos tiempos eran: Artes Liberales, Medicina, Derecho y Teología. La primera, proporcionaba cultura básica

para cualquier especialización. Era el equivalente a la educación preuniversitaria o secundaria. Las escuelas de gramática vienen siendo las primarias.

Para obtener la licenciatura, el aspirante debía hacer el juramento de "no haber sobornado al jurado", por lo que ya existía la presunción de que habían examinadores que eran pagados por el futuro graduado. Para que el Licenciado tuviera el derecho a enseñar, debía tener 21 años de edad y jurar ante el Rector, que había estudiado artes durante seis años y debía, además, comprometerse a respetar los privilegios de la universidad.

La Facultad que gozaba de mayor prestigio era la de teología, la cual era considerada lo más granado del conocimiento, de la época. En el siglo XV, aparecen los colegios para albergar a los estudiantes pobres en los cuales además de alojamiento y comida encontraban el conocimiento. Esta figura, posteriormente dará origen a los denominados internados.

Algunos expertos e historiadores sostienen que la primera universidad se constituyó en Salerno en el siglo XI, pero esta no fue más que una escuela de medicina. La primera universidad realmente fue la de Bolonia, fundada a principios del siglo XII (año 1119), en la cual los estudios sobre leyes tenían mucho prestigio pero colateralmente se impartían estudios de teología, matemáticas, filosofía, astronomía, medicina y farmacia. La siguiente universidad en aparecer fue la de Paris (año 1150) (según García Sucre fue en 1160), Oxford (1167), Palencia (1208), Cambridge (1209), Salamanca (1220), Padua (1222); entre las más antiguas también están las de Praga y Viena

En la evolución y desarrollo de la universidad medieval se polarizaron los modelos hacia dos arquetipos bien definidos aunque distintos. El modelo de Bolonia y el de París. El primero surgió de los ímpetus estudiantiles que buscaban profesores; ellos participaban directamente en el gobierno y administración universitaria.

La de París, llamada la Gran Universidad Teológica, nacida para prestar servicio a las necesidades de la Iglesia Católica era gobernada por los profesores, que formaron una corporación que luchó para defender su autonomía ante el canciller y la autoridad civil.

El modelo de Bolonia fue seguido por Salamanca y por la mayoría de las universidades que se fundaron en Europa Meridional. En cambio, el de París fue imitado por las instituciones de Europa septentrional.

Las universidades de Hispanoamérica siguieron el modelo de Salamanca en la que la participación estudiantil en el gobierno universitario era casi nula. Este diferente origen explica la distinta importancia que en su vida institucional, le dieron a la participación estudiantil, en especial en el gobierno universitario.

Real y Pontificia Universidad de México

Las primeras Instituciones educativas de nivel superior en tiempos del Virreinato de la Nueva España eran los seminarios, instituciones con las que contaban las principales ciudades del reino y donde se preparaba a los sacerdotes. Fray Juan de Zumárraga y el virrey don Antonio de Mendoza inician las gestiones para la fundación de la primera universidad en la Nueva España. Las intenciones de Fray

Juan de Zumárraga que le fueron entregadas al rey de España fueron "para educar a los recién convertidos", meta que no se cumplió debido a que la educación en esta universidad se centró a las clases privilegiadas de la colonia (persigue la educación de los criollos).

La Real y Pontificia Universidad de México es creada por Cédula Real expedida por Felipe II el 21 de septiembre de 1551, inaugurando sus cursos el 25 de enero de 1553, siendo virrey don Luis de Velasco. La denominación de "pontificia" se adquirió a través de una bula del Papa Clemente VIII. Esta bula se pierde en 1595 y hasta el siglo XVII no se volvió a expedir.

Esta universidad copia, en un principio, de la Universidad de Salamanca en España, los estatutos, de la Universidad de Bolonia en Italia, lo administrativo y de la Universidad de París en Francia, lo educativo en cuanto a la "división de los estudios". Sigue una metodología didáctica tradicional (medieval-escolástica).

El rector era aquel encargado de intervenir en pleitos y reclamaciones. Sin embargo dentro de la ley de indias se establecía que la máxima autoridad era el rey ("árbitro supremo").

En un principio esta universidad contó con pocos estudiantes. El prestigio de sus egresados era muy grande. Los egresados eran religiosos, profesionales y académicos de la teología, derecho y medicina. El saber estaba agrupado para su estudio según el medievo: en trivium (gramática, retórica y lógica) y en quadrivium (aritmética, geometría, música y astronomía). El idioma de estudio fue el latín. Debido a la denominación de "pontificia", para que se pudieran otorgar los grados

académicos, era necesario que el magister scholarum asistiera a otorgarlos en nombre del Papa.

Los estudiantes gozaban de ciertos privilegios ante el gobierno colonial, tales como el no pagar impuestos o diezmos. Sin embargo se dice que la colegiatura era muy cara. Un joven podría entrar a la universidad desde los 14 años de edad.

Esta educación era enfocada a los hombres debido a que la educación femenina se consideraba que no necesitaba de grandes conocimientos, motivo por el cual fue destinada a los conventos y orfanatos en la colonia.

Durante el tiempo del Virreinato, la Universidad Pontificia fue el Centro Superior de Cultura, institución donde estudiaron algunos de los personajes más distinguidos que diera la Nueva España. El edificio que ocupó por primera vez la Real y Pontificia Universidad de México, se localiza en el Centro Histórico de la Ciudad de México, en la actual calle de Moneda, frente a la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México. Poco tiempo después el Papa Paulo IV confirma a la Universidad como Pontificia, concediéndole gozar de los privilegios de la Universidad de Salamanca (1555). Dicha Universidad conservó este nombre hasta el año de la Independencia (1821), después del cual se llamó "Pontificia y Nacional Universidad de México".

En las postrimerías del siglo XVIII se crearon otras instituciones de educación superior, con funciones semejantes a las de la Real y Pontificia Universidad de México, entre las se pueden citar la Real Escuela de Cirugía, que

fue fundada en 1778, el Real Colegio de Minería, en 1792 y dos años más tarde la Academia de San Carlos de Bellas Artes.

Once años después de iniciada la etapa independiente de México, el Vicepresidente Valentín Gómez Farías clausura la Universidad en 1833. Fue cerrada en los años de 1833, 1857, 1861 y definitivamente en 1865. No fue bien vista por los liberales, que la hacían ejemplo del retroceso. El emperador Maximiliano la reabrió para luego clausurarla.

El principal antecedente histórico de la UNAM es la Universidad Real y Pontificia de México, que inauguró sus cursos el 25 de enero de 1553, siendo virrey de la Nueva España Don Luís de Velasco.

El 22 de septiembre de 1910, durante el mandato del presidente Porfirio Díaz, se inauguró la Universidad Nacional de México (sin su carácter de autonomía) luego de la presentación de su Ley Constitutiva por parte de Justo Sierra Méndez. El primer rector fue Joaquín Eguía Lis.

Para la década de los setenta, se llevó a cabo un gran programa de expansión, en el cual se crearon las cinco sedes del Colegio de Ciencias y Humanidades, así como las cinco unidades multidisciplinarias que son: Acatlán, Aragón, Cuautitlán, Iztacala y Zaragoza. Actualmente, se les conoce como Facultades de Estudios Superiores o simplemente "F.E.S."

Después de una breve reseña de la historia de la Universidad Nacional Autónoma de México, se da paso a las necesidades que presenta la comunicación universitaria.

2.8 Comunicación Universitaria

Ante los cambios en los procesos de construcción, circulación, apropiación y validación del conocimiento, la universidad se ve especialmente demandada por la sociedad y por la misma comunidad universitaria que le reclama otras formas de comunicación con los distintos actores.

“La universidad, al mismo tiempo que se transforma, debe preservar lo mejor de su tradición, que es la dedicación al saber y a la diversidad que cabe en lo universal de su misión, desde una perspectiva humana, como clave ética de lo que ha sido su dinamismo. En este sentido, la relación de las instituciones educativas con la sociedad debe reformarse y plantearse en términos donde prevalezcan los valores académicos de la investigación y la docencia y no experiencias aisladas de extensión universitaria.

Para ser más productivas en su relación con la sociedad, las instituciones deben estar dispuestas a conocerse mejor y a evaluar ellas mismas el cumplimiento de sus responsabilidades frente a la sociedad. Una evaluación que no esté basada solamente en la eficiencia sino en la capacidad institucional para participar en la construcción de los nuevos cambios de largo alcance, de adoptar de manera ventajosa y crítica las nuevas tecnologías, al mismo tiempo que participar en su construcción y saber adaptarse a los nuevos procesos de cambio implicados en los nuevos conocimientos.”³²

³² García Guadilla, Carmen; *Conocimiento, educación superior y América Latina*, Centro de estudios del Desarrollo-CWENDES-Editorial Nueva Sociedad. 1996, citado en <http://www.ugr.es/cicu/conclusiones.htm>, Revisión 29/07/2009

Por ello, la comunicación universitaria se puede analizar desde distintas dimensiones: en lo institucional y en lo académico. Cada una de ellas tiene diferentes formas y condiciones de participación en los procesos de producción y validación del conocimiento.

Actualmente existen algunos puntos en la comunicación universitaria que deben ser considerados como:

- La valoración crítica de la utilización de las nuevas tecnologías de la Información y la comunicación. En ese punto, las universidades siguen en el borde, sin profundizar su estudio, a fin de potenciar su uso en el contexto tanto social como institucional. Esto también se vincula a la falta de análisis y aceptación de las diversas formas de comunicación que existen a partir de las tecnologías y que condicionan las relaciones de la universidad con la misma comunidad universitaria, con la sociedad e incluso repercuten en los procesos de apropiación social del conocimiento.
- Las alternativas de producción de mensajes en distintos soportes, considerando las especificidades de la multiplicidad de lenguajes con los que hoy se cuenta para comunicar.
- Contenidos vinculados a la comunicación universitaria en la forma de nuevos profesionales, es decir, que los estudiantes además de recibir los contenidos específicos de su disciplina, incorporen el análisis de las prácticas comunicativas y ser interlocutores de los actores sociales.

Así, el estudio de la comunicación y la objetivación de los procesos comunicativos que se dan dentro y fuera de la institución universitaria, nos dará

una mayor conciencia del protagonismo de la comunicabilidad como eje de la consolidación institucional, académica y organizacional.

De esta manera, el proceso comunicacional, ya sea universitario o de cualquier índole se encuentra inmerso en los acontecimientos socioeconómicos, culturales, comunicacionales o políticos que como todo, evolucionan al pasar el tiempo.

Es por esto que debemos considerar que, actualmente integramos una sociedad surgida del desarrollo de las telecomunicaciones, como afirma Yoneji Masuda, en la que existen contextos de trabajos y de vidas tradicionales y sofisticadas, pero que de todos modos están interconectadas. Es decir, sectores de actividad administrativa, académica, laboral, etc., en los que, tanto la información como la informatización configuran un entorno en los cuales, los vínculos sociales se establecen a través de los más diversos canales de comunicación³³.

Por lo tanto, la comunicación universitaria es una forma de satisfacer las necesidades comunicacionales de una nueva realidad entre las universidades y la sociedad, con el objetivo de lograr una construcción de espacios de interacción y de intercambios de información.

³³ Leeuw Héctor Alberto, *Comunicación universitaria: razones de su expansión*. Universidad Católica de Santa Fe. Santa Fe – Argentina, citado en <http://www.ugr.es/cicu> Revisado 29/07/2009

2.9 Conclusiones del capítulo

En este capítulo conocimos los diferentes tipos y niveles de comunicación que existe en una institución. Después se explicó cuáles son los tipos de instituciones que podremos encontrar para adentrarnos al tema de la institución educativa.

Una vez definido qué es una institución educativa y qué busca, se dio pie a la definición de universidad para continuar con la historia de la Real y Pontificia Universidad de México, actualmente conocida como la Universidad Nacional Autónoma de México.

Con base a esto pudimos centrarnos en el tema de mayor importancia de este capítulo, el cual es, la definición de la comunicación universitaria. Con dicho concepto se vislumbró a que público va dirigido, sus características, cuáles son sus alcances y su participación dentro de una institución educativa y así poder sustentar y entender el comportamiento y participación de dicho individuo.

CAPÍTULO 3 Portal de Comunicación universitaria

Con base al concepto de comunicación universitaria que se menciona en el capítulo anterior se puede dar paso al diseño y contenido del portal web, características esenciales que determinan la funcionalidad y objetivo del mismo.

Recordemos que la misión básica de las universidades es enseñar, investigar y difundir que articulándose adecuadamente con los niveles de comunicación y los propósitos de los medios masivos se llega a informar, entretener y educar.

Actualmente el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han tenido un crecimiento rápido, por tal motivo, las instituciones educativas se han visto en la necesidad de adentrarse al uso de estas herramientas.

Por tal motivo, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en particular la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) busca crear u ofrecer espacios de divulgación del conocimiento para que sus públicos interactúen con la sociedad del conocimiento.

De esta manera si alguien está interesado en formar parte de la creación de estas tecnologías dentro de esta institución tendrá que basarse en las regulaciones que marca dicha organización.

Por eso, el portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, es el medio idóneo para ejemplificar esta situación, en donde la universidad le brinda un espacio a su comunidad universitaria (alumnos) , para generar y difundir el conocimiento que se genera dentro de esta institución hecha por y para los alumnos.

3.1 Diseño del portal web

Antes de explicar en qué consiste el diseño de un portal web, es importante mencionar que una página web es la que no cambia su información constantemente en cambio el portal web sí. Una vez que detectamos cuál es nuestro objetivo, se da a la tarea de hacer un diseño.

Para la elaboración del diseño de un portal web es recomendable contar con un gestor de contenidos, el cual apoyará las modificaciones de la información sin necesidad de contar con un software externo, los cambios que se realicen serán aplicados desde la propia página web introduciendo las debidas claves por parte del administrador del portal.

En cuanto a la imagen se recomienda que el diseño siga las pautas y colores de la empresa o institución con el fin de mantener la misma imagen online y off-line.

3.1.1 Forma

Como aspecto visual cuenta con dos acepciones, fundamentadas en la realidad que las cosas muestran en su configuración que determinan una apariencia.

1. Apariencia externa de las cosas: Se modifica según los condicionantes físicos de su percepción, como son la iluminación, el punto de vista, el sujeto observador, etcétera.
2. Estructura expresiva plástica: Aquí es donde se asienta la identidad visual ya que es su esqueleto y armazón.

Otro aspecto que no debemos olvidar es el tamaño, el cual nos ayudará a relacionar y comparar entre una forma y otra.

En cuanto a la posición de la forma se relaciona más al concepto de forma compositiva o composición que tienen que ver con la forma en el espacio. Cuando relacionamos la forma con el ámbito o campos donde se desarrolla la percepción visual, podemos determinar su posición.

Los ejes dominantes establecen un marco de referencia en el mundo visual, por ejemplo: horizontal o vertical, y también la dirección de la forma. La posición y la orientación de la forma dependen también de su organización en la composición.

3.1.2 Tipografía

La definición de tipografía se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes³⁴.

Como bien se sabe, la tipografía varía dependiendo el medio en el que se publica, es decir, no se utiliza la misma “letra” en medios impresos que en online. Para los medios online la tipografía que se recomienda utilizar es la Helvica y Times para las computadoras Mac y Arial y Times New Roman para las PC.

Para una mayor legibilidad de pantalla, el cuerpo preferible que debe asignarse a las tipografías es de 10 a 12 puntos.

³⁴ Veruschka Götze, “*Retículas para internet y otros aspectos digitales*”, Index book, 2002, p. 36

3.1.3 Color

A la hora de seleccionar un color para pantalla es importante tener en cuenta la intensidad con lo que visualizará el usuario, por ello, los colores intensos deben utilizarse exclusivamente en las páginas de inicio o en las que contengan poco texto.

Los colores que se recomiendan para el diseño de una página o portal web son: blanco, negro, amarillo, verde, naranja, rojo y púrpura.

Teniendo en cuenta que la tipografía es un elemento gráfico, el color de la misma está sujeto a las normas de la teoría del color y a las normas generales que se aplican en el diseño, por ejemplo; los tipos negros sobre fondo blanco reflejan mayor legibilidad, por el contrario, el texto blanco sobre fondo negro nos hacen perder visibilidad.

3.1.4 Legibilidad

Otro aspecto que debemos considerar es la legibilidad, la cual tiene como función hacer que el texto pueda ser claro y legible en cuanto a su forma, presentación y disposición.

Para lograr esto, se necesita que los caracteres elegidos sean abiertos y bien proporcionados, con regularidad en los tipos y con remates clásicos. En cambio, los caracteres que contienen afectaciones estilísticas o irregularidades son menos legibles, por lo que son menos recomendables utilizarlos en bloques de textos y más adecuados para textos cortos o titulares.

Existen otros tres puntos que debemos considerar dentro de la legibilidad:

1. **Longitud de la línea:** se recomienda que nunca supere las 35 pulsaciones y que el texto no sea demasiado largo ya que dificulta la lectura.
2. **Cantidad de texto:** se debe reducir al mínimo en pro de la asimilación y la legibilidad, siendo el bloque de texto de 25 líneas la media ideal.
3. **Interlineado:** no debe ser demasiado estrecho porque el lector se mostrará reticente al leer el texto, que, a primera vista, le resultará excesivamente denso y compacto. Si asumimos que la medida ideal en pantalla es de 35 caracteres por línea, el interlineado debería estar comprendido entre el 130 y 150% si se utiliza tipos sólidos. Cuando más larga sea la línea, mayor deberá ser el interlineado. Los estilos de letra ancha y fina requieren un espacio mayor entre líneas, mientras que la letra estrecha y negrita requieren de un interlineado reducido.

3.1.5 Esquema de navegación

Visitar un sitio web es como llegar a una nueva ciudad donde necesitamos orientarnos rápidamente, por consecuencia se requiere saber ¿dónde estoy?, ¿dónde puedo ir?, ¿cómo llegaré?, ¿cómo puedo regresar? Estas son preguntas básicas que un esquema de navegación tiene que resolver.

No existen recetas o fórmulas para que un sitio sea exitoso en la navegación, cada sitio tiene diferentes requerimientos. Cualquiera que sea el propósito del sitio tiene que contener accesibilidad, alternativas, retroalimentación y aumentar la facilidad del usuario.

El propósito de la navegación es ayudar a encontrar algo, describir en que sección de nuestro sitio estamos ubicados, por ejemplo,

www.midominio.com/contactos, mostrar cómo utilizar el sitio o CD ROM, proporcionar los enlaces y establecer un menú visible. Para no presentar ningún problema en la página o portal web se aconseja que no sea demasiada pesada y así haya una mayor rapidez.

3.1.6 Equilibrio de Imagen y Texto

La finalidad de toda composición gráfica es transmitir un mensaje concreto utilizando imágenes o texto o ambas.

Las imágenes aportan un aspecto visual muy importante en toda composición y pueden hablar por sí mismas. Sin embargo, el medio de transmisión de ideas por excelencia es la palabra escrita que puede ser combinada con dibujos o fotografías.

El texto o imagen es ordenada por una cuadrícula invisible formada por las divisiones que se establecen en la rejilla o retícula base, conforme a las exigencias del formato del diseño. Estas divisiones verticales (columnas) y filas (horizontales), conforman módulos o campos, que son la referencia o guía que permitirá evitar el caos compositivo dentro del formato y mantener un equilibrio del conjunto, de tal manera que el tamaño y posición de las imágenes y textos se dispongan y dimensionen en función de los espacios definidos en la retícula.

3.1.7 Layout

Proviene de una voz inglesa que define la posición en el espacio y su presentación gráfica en los componentes de un sistema³⁵.

El layout se presenta como una cuadrícula imaginaria que divide en espacios o campos la página que se diseña para facilitar la distribución de elementos como textos o gráficos en la misma.

3.1.8 Organización

Se espera que el sitio se encuentre ordenado lógicamente y que cada segmento de información se relacione con los demás.

3.2 Contenido del portal

Dentro del contenido de una página, sitio o portal web se requiere contar con aspectos gráficos y aspectos de infraestructura. En los puntos anteriores se mencionó las características para el diseño de un sitio web, ahora es momento de pasar a los puntos que se necesitan para el contenido del sitio.

Un punto importante es la adecuación del destinatario, entendiendo que el destinatario es el usuario al cual van dirigido los contenidos y servicios del sitio web (niños, docentes, estudiantes, etc.).

³⁵ Tomada de la página http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/datos_termino.php?termino=Layout

La actualización además de ser una característica visual también es una característica del contenido ya que nos ayuda a entender en que tiempo y espacio nos encontramos y por ende la periodicidad e interés que puede generar a los usuarios que buscan alguna información.

El usuario constantemente está navegando y buscando información. Para que este individuo se sienta confiable, seguro e identificado es a través de la fuente consultada, es decir, la autoridad que respalda dicho sitio e información; por ejemplo, quién es el responsable de dicho sitio.

Con base a esto, se espera que la selección de contenidos del sitio manifieste cuidado en el tratamiento y el enfoque de los temas.

Para Delia Crovi, las páginas web y los portales institucionales buscan estar respaldados por la universidad que los genera, como otros que sin contar con el aval expreso implícitamente lo tienen, es decir, las páginas creadas por profesores, por proyectos de investigación, investigadores e incluso alumnos que al aludir a su universidad de pertenencia apelan a ese aval táctico que le ofrece la sola pertenencia a la institución, el vínculo identitario³⁶.

Los portales web se clasifican en horizontales (de paso) y en verticales (de llegada y estancia), sin embargo existen los portales llamados jardines felices que son aquellos sitios autosuficientes que pretenden que sus usuarios consigan todo lo necesario en ellos. “Se trata de una suerte de coto digital donde se puede navegar libre de los riesgos y tentaciones que presenta el resto de la red”³⁷. Son un buen ejemplo de jardines felices la Internet 2 y los portales universitarios,

³⁶ Crovi Druetta, Delia, *La articulación medios/universidad en la distribución social del conocimiento*, UNAM, México, p.53.

³⁷ Opcit, p. 56

donde un usuario interesado en el conocimiento socialmente aprobado, sabe que puede navegar con seguridad y respaldo que da la casa de estudios.

Los usuarios que utilizan estas herramientas necesitan que ciertas características se cumplan, es decir, que el acceso, uso y apropiación sean los más adecuados al momento de buscar alguna información.

Para entender más a detalle estos conceptos se dice que:

- **Acceso.** Se considera a la acción de acercarse a algo. Significa también entrada o paso. Para el caso de las TIC el acceso está vinculado a la posibilidad de ofrecer recursos para todos los usuarios, es decir, permitirles la entrada o paso.
- **Uso.** Puede definirse como el ejercicio o práctica general, continua o habitual. Para las TIC, la idea de uso está vinculada al uso cotidiano y a la utilidad/beneficio que proporcionan, es decir, cómo se aprovechan o emplean esos recursos a fin de obtener el máximo rendimiento al realizar ciertas actividades.
- **Apropiación.** La categoría apropiación parte de las aportaciones de Everett M. Rogers y de Alexis Leontiev y Lev Vygotsky. Para Rogers, es importante saber cómo se adopta una innovación tecnológica y cómo y para qué se usa una tecnología, en cambio, para Leontiev y Lev Vygotsky la apropiación parte de los procesos educativos desde la perspectiva de la psicología, conceptos referidos a la memoria, atención y al desarrollo del ser humano.

Partiendo de la propuesta teórica de Rogers³⁸, menciona que toda innovación tecnológica (ya sean objetos, ideas o prácticas) implica un cambio social que puede explicarse como un proceso de articulación de cuatro elementos principales: la innovación, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social donde se produce la difusión.

- La innovación es el proceso que tarda la tecnología en adaptarse.
- Los canales de comunicación no sólo abarca la información de los medios de comunicación de masas, sino también los juicios de ciertos individuos que pueden influenciar en el proceso de adaptación de una tecnología.
- El tiempo se refiere a la adopción que tarda el usuario en asimilar cualquier innovación, de las cuales se desprenden cinco etapas: 1) conocer al usuario (el usuario se interesa en la innovación); 2) persuadirse de su pertinencia (se forma una actitud hacia la innovación por las características que perciben en ella); 3) decidir adoptarla (se convence de las propiedades o agentes de cambio de la innovación); 4) implementarla por primera vez y 5) confirmar la decisión de usarla (continuar o discontinuar el uso de la innovación).
- El sistema social enfatiza el rol del contexto en el que se difunde una innovación como un factor determinante de la adopción. Para esto el modelo propone considerar distintas variables del entorno, por ejemplo, la cultura, el tamaño de la población, las redes sociales, entre otras.

Pasando a la apropiación tecnológica basada en la premisa de cómo y para qué se usa una tecnología, es importante mencionar que aquí la adopción se centra en los modelos personalizar y “hacer propia” una determinada tecnología por medio de su uso. En este sentido la apropiación vendrá a estudiar las formas

³⁸ Información obtenida de su obra *Diffusion of Innovations*.

por medio de las cuales el usuario hace suya la tecnología y la incorpora creativamente al conjunto de sus actividades cotidianas³⁹.

Por otro lado, a Leontiev se le deben dos importantes aportaciones en cuanto a la definición de apropiación:

- a) La teoría de la actividad. Plantea que en la actualidad se crea sentido y en ellas se integran aspectos prácticos, emocionales, relacionales y cognitivos.
- b) El concepto de apropiación. Reemplaza la idea de asimilación referida a una metáfora biológica y pasa a ser vista como el ámbito socio-histórico refiriéndose a las herramientas culturales.

Una vez que definimos dichos conceptos, podremos saber cuál es la importancia del acceso, uso y apropiación de las TIC en los portales web dentro de la universidad.

Basándome en la investigación “Diagnóstico acerca del acceso, uso y apropiación de las TIC”, la UNAM se encuentra en el tercer lugar en materia de acceso ya que existen restricciones para actividades tales como bajar música, mensajería instantánea, entre otros.

Con relación al uso se identificaron dos públicos: académicos y de socialización. El primero se refiere a las prácticas en torno a las TIC para la realización de trabajos escolares. El segundo se concentra en la realización de actividades relacionadas con la socialización y entretenimiento.

³⁹ Breton, P. y S. Proulx, L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle, Boréal, Montreal, 2002.

Además, se pudo identificar que la apropiación está sujeta al acceso de la infraestructura tecnológica y a las habilidades de las mismas. Esta se presenta de manera diversa en los estudiantes y depende fundamentalmente de su área de conocimiento. En este sentido, mientras los estudiantes de las áreas Biológicas y de la Salud y Físico-Matemáticas e Ingenierías, las TIC son instrumentos fundamentales en las actividades y la vida en general; para los estudiantes de las áreas de Ciencias Sociales son instrumentos de socialización y para los de Humanidades y Artes son consideradas herramientas secundarias tanto en lo académico como para la socialización.

Según opiniones vertidas por los estudiantes, es importante poner énfasis en la difusión y orientación de los servicios con los que cuenta la UNAM desde los primeros semestres. Propusieron el desarrollo de estrategias de información innovadoras que promuevan una mayor integración, incorporación y aprovechamiento de las tecnologías que ofrece la universidad.

Con estos datos, se pudo detectar que los profesores ocupan un lugar importante en la sensibilización y apropiación del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que tienen una influencia directa en el desarrollo y enriquecimiento profesional de los universitarios.

3.3. Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Teniendo las herramientas necesarias para la creación de un portal universitario damos paso a la evaluación del Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

3.3.1 Historia

La creación de un sitio web en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se hizo con la finalidad de adentrarse a la utilización e inmersión de las grandes tecnologías que hoy en día existe. Debido a esto, el Portal de Estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, es uno de los primeros intentos por formar un espacio de expresión en línea para la comunidad universitaria de largo alcance, fácil acceso y de elaboración primordialmente estudiantil, cuya principal meta es el desarrollo y divulgación del conocimiento científico.

3.3.2 Objetivo

El Portal de Estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales es un proyecto de origen estudiantil, cuyo objetivo es hacer uso de parte de la infraestructura tecnología disponible en nuestra institución, para promover la generación y el flujo del conocimiento por medio de publicaciones electrónicas, mismas que serán generadas por nuestros estudiantes y/o académicos, a razón de estimular una fuerte participación por parte de la comunidad en el proceso de generación del conocimiento, y con esto lograr, ya sea en el caso del estudiantado, una aproximación real al desarrollo de conocimiento científico de forma profesional y en caso del personal académico, una contribución en el desarrollo de la ciencia con una publicación de difusión masiva en un medio universitario.

3.3.3 Misión

El Portal Estudiantil de la FCPyS es un espacio de vinculación académica y científica en línea, basado en la cooperación entre estudiantes y profesores, que busca motivar la participación entusiasta por parte de la comunidad en el proceso de generación del conocimiento y formación profesional.

3.3.4 Visión

Constituirse como un espacio de difusión en el desarrollo profesional de la comunidad de la FCPyS que se reconozca al interior y al exterior de la institución como una fuente confiable de información.

Por otro lado, también se pretende fomentar el uso de las nuevas tecnologías de la información, a razón de lograr con esto una apropiación de estas herramientas y, a su vez, motivar a la comunidad a la elaboración de proyectos similares o innovadores con el fin de enriquecer el conocimiento científico.

3.3.5 Características

El funcionamiento del Portal de Estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se basa en un motor de cooperación entre los académicos y profesionales con los estudiantes, de forma que el conocimiento proporcionado por la comunidad estudiantil se vea filtrado por un comité editorial de académicos profesionales, de forma de publicar solo conocimiento con calidad digna de una publicación universitaria. Cabe señalar que la información proporcionada para su publicación puede ser también producto del trabajo de profesionales con estudiantes o de profesionales en concreto, con el objeto de abarcar lo más posible el espectro de población.

La información se verá organizada por medio de secciones que delimiten sus temáticas. Estas secciones se elaboraran con base en las áreas de investigaciones propias de las carreras impartidas en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, partiendo del menú de opciones de la carrera en sí, de esta forma se podrá delimitar correctamente cada uno de los campos científicos y evitar malas interpretaciones.

Las secciones en la que se divide este portal son: Relaciones Internacionales, Ciencia Política y Administración Pública, Sociología, Ciencias de la Comunicación y Académicos, a su vez, cada una de estas secciones tendrá un submenú, el cual delimitará los temas a tratar.

Las actualizaciones del sitio se efectuarán con una regularidad de 15 días, con un mínimo de un artículo por carrera, notas de interés o avisos de eventos, ligas con otros proyectos en línea similares o de interés de la comunidad y correcciones a errores.

El Comité Evaluador estará conformado por los académicos de la Universidad Nacional Autónoma de México que se inscriban como participantes del proyecto estudiantil.

El Comité Editorial estará conformado por dos representantes de cada una de las carreras que se imparten en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, seleccionados por su desempeño académico.

En cuanto a sus insumos, estos son algunos de los elementos mínimos necesarios para obtener y mantener una infraestructura adecuada con la cual funcionará el Portal de Estudiantes:

- Un equipo de trabajo conformado por un coordinador editorial, un coordinador técnico, 2 correctores de texto y 2 representantes de cada una de las carreras impartidas. Se espera que la mayoría de los integrantes se unan al proyecto como parte de un programa de servicio social.
- Un espacio en la memoria del servidor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de 15 megabytes.

- 2 computadoras para elaborar el sitio Web.
- Discos compactos, hojas y lápices.
- Apoyo para la elaboración de carteles, trípticos, entre otras cosas para la elaboración de los eventos que se lleguen a realizar a través de este portal.

Cabe señalar que la Secretaria de Asuntos Estudiantiles colaborará en este proyecto en conjunto con Extensión Universitaria, representada por Alma Iglesias, y con el Centro de Investigación e Información Digital, representada por la Arq. Guadalupe Gómez Goujon.

3.4 Análisis del Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Una vez que se cuenta con la información y bases suficientes, llega el turno de comenzar a desarrollar el respectivo análisis del portal web universitario llamado Portal Estudiantil de la FCPyS.

Para poder evaluar el portal de una manera más práctica y sencilla, elaboré una tabla con los aspectos antes mencionados, con la finalidad de usarlo como plantilla y así poder calificar los requerimientos que necesita para ser un portal universitario.

Tabla de la evaluación visual

Aspecto	Características	Evaluación
Tipografía	Menú: verdana 12 puntos	A pesar de no ser Time New Roman o Arial como lo

	<p>Submenú: verdana 15 puntos</p> <p>Contenido: verdana 10 puntos</p>	<p>recomiendan, la tipografía que se utiliza en el portal web es totalmente legible.</p>
Color	<p>Cada sección tiene un color diferente con el propósito de identificar rápidamente cada sección.</p> <p>El logotipo respeta el color institucional de la UNAM (dorado)</p>	<p>Al utilizarse diferentes colores en cada sección se cumple con el objetivo al crear un portal, en el cual lo que se busca es que el usuario no se pierda y que instintivamente sepa en donde se encuentre.</p> <p>Sin embargo, esta división de colores en cada sección no es adecuada para cada una de ellas, por ejemplo, en la sección de administración pública, comunicación política, relaciones internacionales y sociología se distingue el título del artículo y el texto, mientras tanto, en las secciones de académicos y comunicación al utilizar los mismos colores en todos los títulos es difícil distinguir cada uno de ellos.</p>
Legibilidad		<p>El Portal Estudiantil al diseñarlo en tres columnas (verticales) hace que sea un portal muy fácil de navegar y sea legible porque en cierta forma se</p>

	<p>La plantilla que es utilizada en el portal web son de tres columnas, lo cual hace más fácil encontrar la ubicación deseada.</p> <p>Cantidad de texto recomendable para el tipo de plantilla establecida así como el interlineado.</p>	<p>establece un formato de donde van a ir ubicada la información, por ejemplo, en la columna de la izquierda siempre aparece las secciones, en la del medio aparece la información principal y en la parte de la derecha es donde se publica cuestionarios, algunos comentarios de los artículos, recomendaciones, entre otros temas.</p> <p>El interlineado entre el título del artículo, el autor, el texto son los recomendables ya que al contar con una plantilla predeterminada hace más fácil seguir un lineamiento, sin embargo, siempre hay que tener cuidado, ya que en algunas ocasiones a pesar de estar preestablecido el interlineado suele pasar que el sistema no lo guarda correctamente.</p> <p>Por eso, antes de publicarlo es ideal hacer una prueba de cómo se vería en pantalla.</p>
Navegación	<p>URL o link es fácil de recordar</p> <p>Se especifica claramente en la</p>	<p>Al no contar con imágenes, programación en flash y otros</p>

	sección que te encuentras y puedes avanzar o retroceder sin perderte en el sitio.	aspectos que dan movimiento en la página hace que la página no sea tan pesada y por lo tanto sea fácil de navegar.
Autoridad	El Portal Estudiantil de la FCPyS se encuentra en el hostie de la Secretaria de Asuntos Estudiantiles (SAE), que a su vez forma parte de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.	El portal estudiantil al formar parte de una institución debe de cumplir ciertos lineamientos en el contenido que se publica.
Organización	<p>El sitio cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un menú: Inicio, Artículos, Medios, Acerca de, Créditos, Contactar, Vínculos e IPN. • Submenú: Portada, Académicos, Administración Pública y Ciencia Política, Ciencias de la Comunicación, Relaciones Internacionales y Sociología. • Secciones del submenú: en la sección de 	<p>Al tener una organización muy sencilla hace que el usuario siempre encuentre en el mismo sitio la información que desea y no se pierda dentro de la página y no sea necesario un mapa de sitio.</p> <p>Además al no contar con tantos links que te redirección a otras páginas hace que el usuario no se pierda en tantas pestañas abiertas.</p>

	<p>Académicos es profesores y razón cínica, en el resto de submenú utilizan las secciones de artículos académicos y artículos literarios.</p>	
--	---	--

Con la información presentada podemos darnos cuenta que son varios los aspectos que se necesitan para crear una página web, que a pesar de tener plantillas preestablecidas en ocasiones no son del todo idóneas.

3.4.1 Tipo de usuarios

En la universidad hay diferentes públicos a los que van dirigidos los mensajes, sin embargo como el caso de estudio son los estudiantes, el usuario tiene ciertas características específicas:

- Interés en los problemas económicos, políticos y sociales.
- Interés por la información y la cultura
- Facilidad para comunicarse de manera verbal y escrita.
- Alto grado de responsabilidad y facilidad para el trabajo en equipo.
- Capacidad de análisis crítico en examinar e interpretar información y situaciones, para proponer alternativas y/o soluciones a los problemas que se le presenten en su quehacer profesional.

En términos generales con estas características el usuario podrá hacer uso de las tecnologías que proporciona la universidad.

3.4.2 Evaluación cuantitativa

Se evaluó a un grupo representativo de toda la comunidad estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS). La muestra consistió en aplicar 400 cuestionarios entre los dos turnos que se imparten clases, con la finalidad de detectar cuántos conocen el Portal Estudiantil y cuántos lo desconocen así como conocer si es funcional o no.



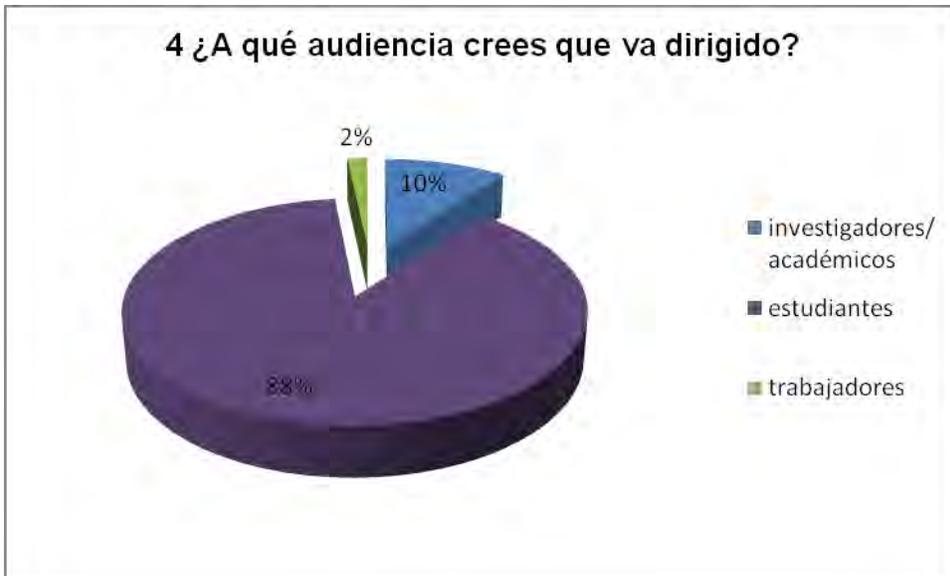
En la gráfica 1 que vemos arriba, podemos observar que el 85% de los estudiantes de la FCPyS desconocen la existencia de este sitio web y que solo el 15% conoce el portal estudiantil. Por lo tanto, el resto de la evaluación se enfocó solo aquellos estudiantes que conocen este sitio.



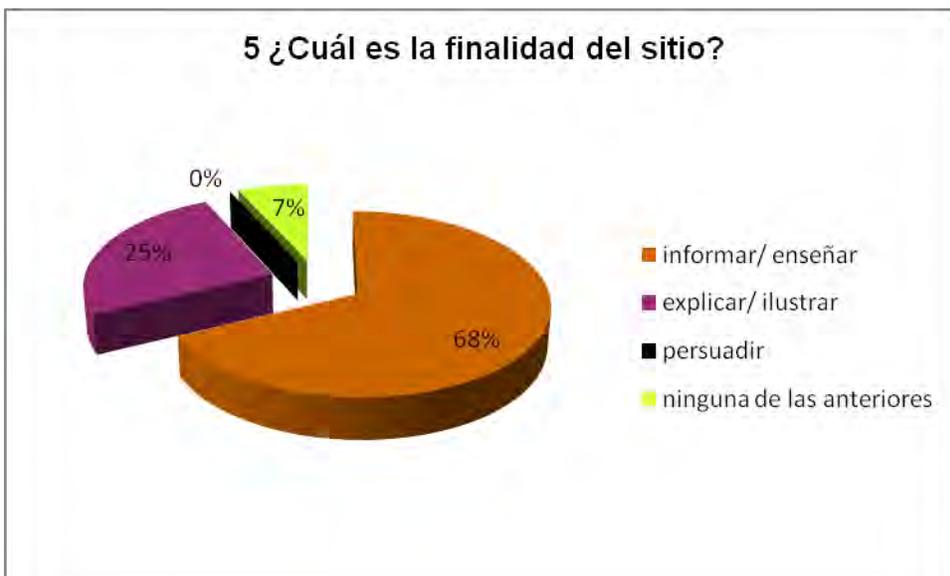
En esta gráfica 2 se evalúa cuántas veces han visitado dicho sitio, vemos que el 86% han visitado este portal de 1 a 10 veces, el otro 7% ha entrado entre 11 a 20 veces y con el mismo número de usuarios han accedido más de 20 veces.



En la gráfica 3 vemos la evaluación de la satisfacción del sitio en donde se les preguntó si conocían dicho portal y cuántas veces han navegado por este sitio, se les cuestionó acerca de que si volverían a ingresar a esta página. El 71% comentó que probablemente podrían entrar de nuevo, el 24% comentó que existe la probabilidad de entrar de nuevo y sólo un 5% dijo que no lo haría.



En la gráfica 4 vemos representado el tipo de audiencia a la que va dirigido el portal estudiantil, en el cuál 88% respondió que a estudiantes, el 10% a investigadores y académicos y sólo el 2% a trabajadores.



En la gráfica 5, se evaluó objetivo del sitio, en donde el 68% cree que su principal objetivo es informar/enseñar, el 25% considera que es explicar/ilustrar, el 7% comenta que ninguna de las anteriores.



En la gráfica 6, se calificó el nivel de satisfacción de este portal web, el 70% dice que está satisfecho, el 25% insatisfecho y el 5% completamente insatisfecho con lo que la información que se presenta.



Por último, en la última gráfica vemos que se les preguntó acerca de la actualización de la información, con el objetivo de saber si se daba a conocer en este sitio o si estaban informados o no, vemos que el 97% conoce de las últimas actualizaciones y sólo un 3% no lo ha detectado.

En la segunda etapa del cuestionario, se midió el nivel de satisfacción de los encuestados, en el cual se evaluó diferentes aspectos:

1. Navegabilidad
2. Uso
3. Estética
4. Presentación
5. Tipografía
6. Información
7. Servicios
8. Funcionalidad

Estos fueron los resultados de las 59 personas que dijeron conocer el sitio, en el cual la tabulación es la siguiente, el 4 es que están completamente satisfecho y el número 1 es completamente insatisfecho:

	4	3	2	1	No contestaron
La página que se requiere visitar se puede identificar con rapidez	6	23	18	1	3
Es fácil su navegabilidad	5	29	20	4	1
Facilidad de uso	9	31	12	6	1
Estética general del portal	6	34	12	6	1
Presentación	5	35	11	7	1
Información	6	22	16	2	13
Los íconos representan claramente su propósito	4	21	21	1	12

Los títulos o encabezados son pertinentes	8	26	13	0	12
El tamaño de la letra	7	31	8	1	12
Pertinencia de los contenidos	7	24	15	0	13
Calidad de los contenidos	5	28	13	1	12
La información que encuentras es esta página la considera practica	7	29	11	0	12
Es información actualizada	3	21	22	0	12
Los servicios que ofrece son completos	4	33	9	0	13
El contenido del portal es relevante	5	24	15	1	13
La interfaz del portal es placentera	3	24	18	0	14
El portal tiene todas las funcionalidades esperadas	3	17	25	0	14
El portal tiene todas las capacidades esperadas	2	24	19	0	14
El portal es útil para la autoformación	4	22	16	3	14
El portal es útil para la Investigación	3	18	23	1	14

En este cuadro vemos que las personas que conocen el sitio están de acuerdo con el aspecto visual que tiene la página, sin embargo podría haber mejoras. En cuanto al contenido, en términos generales, consideran que cumple con los objetivos que quiere alcanzar el Portal Estudiantil de la FCPyS.

3.4.3 Evaluación cualitativa

Una vez que se implementó el muestro a la comunidad estudiantil para saber cuántas personas conocía dicho sitio, se dio a la tarea de aplicar un focus group con el objetivo de conocer qué es lo que necesita dicha comunidad.

Estos son los comentarios que se hicieron al respecto:

La pregunta clave para dicha investigación fue ¿Qué portal o sitio web les gustaría que hubiera en su facultad? ¿Qué características debe tener y porqué? ¿Qué información debe de contener? ¿Con que frecuencia se debería actualizar y que esperan de ese sitio?

Persona 1 (mujer): Un aspecto importantísimo aquí en la facultad sería que tuviera o un espacio, no sé si podría ser un foro o algo así con recomendaciones de profesores.

Encuestador: ¿a qué te refieres con recomendaciones de profesores?

Persona 1: Que hubiera un horario, información de los profesores por asignatura y alguna recomendación de los mismos, porque hay ocasiones en que no tenemos idea que profesor elegir.

Persona 2 (mujer): Sería padre que pusieran un espacio específico donde hubiera información de las actividades con bastante tiempo porque luego hay anuncios o carteles que los pegan casi cerca del evento y no me refiero a eventos solo de la facultad sino de otras facultades que creo que hay varios de interés común, por ejemplo economía, psicología, derecho o de COLMEX y hay veces que no te enteras porque no hay donde y en la gaceta para esperarte el lunes es muy tardado.

Persona 3 (hombre) : A mí me gustaría que en la página web que pusieran ligas a distintas revistas a nivel internacional para estar al día con los enfoques teóricos como es el caso y así poder relacionarse y estar preparados como otras universidades de alto nivel.

Persona 4 (hombre): A mí me gustaría que hubiera un parte donde se pudiera subir trabajos de las carreras porque hay excelentísimos de diferentes esquemas, teóricos o prácticos, encuestas, diferentes cosas que deben de ser tomadas por todos en cuentas porque hay colegas de nuestros semestres, maestrías o

doctorados que tienen buenos trabajos que nosotros los desconocemos y eso es una pérdida de riqueza de la información muy importante.

Persona 5 (mujer): También es importante mencionar que existe un déficit de libros en la biblioteca no es que no existan sino que no hay para todos, así que sería de gran beneficio que hubiera libros de forma electrónica que tu puedas imprimir o no, o ver que están haciendo las otras universidades con respecto a las otras carreras.

Persona 4: también falta información general de la facultad, porque por ejemplo, si tú quieres ver intercambios es muy difícil verlo en la página de la facultad, así sea al interior de la república.

Encuestador: Ahora pasemos al punto de la navegabilidad del sitio.

Persona 3: Me gusta el periódico el “País” porque seme hace muy fácil para navegar, en cada página hay ligas u otros módulos o espacios para la página web, también hay ligas que te pueden llevar a otra información.

Persona 1: yo coincido con el comentario de hace rato, es muy fácil su navegación.

Encuestador: Ahora hablemos del tema visual, necesito me describan cómo les gustaría que se viera este sitio.

Persona 1: Que no tenga tanta animación, porque el internet en México es deficiente, entonces cuando tiene mucha información es muy lenta o se te traba la computadora.

Persona 2: A mí me gustaría que también no tuviera mucha animación pero si mucho color.

Persona 4: No, a mí me gustaría que mejor no tuviera mucho color.

Persona 3: Simple y sencillo, sin muchos colores y que sea sobrio, a lo mucho 3 colores. El fondo sería blanco para empezar y de ahí otros colores que resalten como el azul.

Persona 1: No, yo creo que el blanco no, porque luego estás viendo blanco en el fondo y volteas a otro lugar y te lastima. También respondiendo a tu pregunta acerca de los portales, a mí me gustan mucho los que diseña los institutos, tanto el de política, filológicas y filosóficas aparte de que son fáciles de navegar y se conectan con otros institutos de la universidad, me parece que no tienen estos elementos de flash que alentan horrible tu computadora, usan colores como el azul y oro que hacen referencia la universidad y son colores que no lastiman a la vista.

Persona 5: Hay páginas o blogs que el fondo es negro y las letras son fiusha y lastiman demasiado, entonces yo creo que colores no tan pastel pero tampoco tenues.

Persona 4: Esta chido eso de los institutos.

También me gusta la página de Dirección General de la biblioteca porque ahí metes autor, tema, etc y te sale donde está, ya sea la FES Acatlán, Fes Aragón, entre otras, entonces está bastante buena.

Encuestador: Qué otra característica creen que debe tener este portal.

Persona 1: Estar actualizados prácticamente, yo creo que dos veces a la semana, porque luego te metes y la actualización es de hace mucho tiempo. Creo que también si queremos tener contactos con otras universidades debemos tener un diálogo continuo.

Las demás personas estuvieron de acuerdo con ese comentario.

Perona 5: Nos gusta que la información sea muy gráfica, es decir no que sea solo texto sino que también hay fotografías y esto me gusta.

Personas 4: Que le dé especificidad clara a las cosas, visualmente.

Persona 3: Hacerte como miembro de la página web para que tú puedas recibir avisos en tu correo personal.

Persona 1: Yo creo que eso de recibir actualizaciones en tu correo de la página que sea solamente si tu quieres, que no sea como la revista “anexo” en donde te piden y te piden registro.

Persona 4: Que realmente sea la información que uno quiera seleccionar, no toda porque luego te mandan información basura y luego eso es aburrido.

Persona 5: Que la letra sea legible porque luego la hacen muy chiquita.

Encuestador: Que tipografía les gustaría que hubiera o que recomienden.

Persona 5: Me gusta la letra del periódico “El País” porque ni es muy grande ni muy pequeña, osea tienen una tipografía agradable, no se la verdad que tamaño debe llevar el encabezado ni nada de eso pero esa página se me hace muy funcional, en cambio la de “La Jornada” te quedas como no manches... la letra está muy pequeña y no es buena, además que el fondo tipo periódico te dificulta más la lectura.

Persona 1: Que haya un buen interlineado para que no te pierdas en la línea que vas... me imagino que una letra arial 14.

Persona 3: Hay veces que la página la puedes hacer más grande y lo pongo al tamaño que yo quiera pero sería padre una letra de buen tamaño.

En términos generales lo que buscan los alumnos es que el sitio este actualizado, que sea fácil de navegar, con colores no llamativos, que la letra sea legible y de buen tamaño. En cuando al contenido que se hubiera información de interés de los compañeros y algunas ligas que te relaciones a otros trabajos o a otras investigaciones fuera de la facultad.

Después se les pidió a este grupo que diera alguna recomendación para la elaboración y/o difusión del sitio, lo cual contestaron:

En términos generales no sabríamos como hacerlo, yo creo que un cartel muy grande pegado en la facultad o que la información viniera desplegada o hubiera un banner muy grande en la página de la facultad.

Persona 1: Difundir el portal en los primeros días del semestre, tal vez para los que estamos aquí sería tonto, pero para los que están a punto de entrar a la universidad o están en los primeros semestres les ayudaría, en cambio a los que estamos en semestres avanzados a lo mejor con algún cuestionario o que en los horarios apareciera lo que han hecho los alumnos.

Persona 4: Difundir por correos.

Persona 5: Yo considero que eso de los correos no porque saturan el correo, mejor por redes sociales.

Persona 1: Si fuera por red social que tanto lo vas a difundir y cuál sería el objetivo porque podría ser que este medio lo usen para ligar.

3.5 Conclusiones del capítulo

Con la información que se presenta en este capítulo amplíe mi panorama en la creación de un portal web, tanto en el aspecto visual como de contenido, así como conocer cuáles son las herramientas indispensables para la realización de este sitio.

Con base en estos aspectos, tuve que investigar y evaluar el Portal Estudiantil de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), para saber acerca de la misión, la visión, los alcances y los objetivos que pretende alcanzar dicho espacio, así como las características fundamentales que debe tener un sitio web, con todo esto me fue posible detectar cual es el ideal de un portal de comunicación universitaria.

Los aspectos que noté dentro de esta investigación fue que los alumnos no tienen idea de las herramientas o medios de comunicación que tienen en su manos, sino que simplemente se han vuelto criticones de las cosas que están a su alrededor y aún no han podido ser capaces de generar una crítica constructiva en la que aporten sus conocimientos y de esta manera puedan hacer uso, apropiación y mejora de los sitios que actualmente existen.

También observé y confirmé que son pocas las personas que conocen el portal estudiantil ya sea porque no hay difusión dentro de la facultad o porque ellos no se han acercado a esta tecnología y que una gran parte de la comunidad estudiantil desconocen lo que se genera dentro de su facultad, los sitios que se ponen a su disposición y sobre todo, desconocen quiénes son los encargados y responsables de la creación de algunos medios de comunicación que están enfocados a satisfacer las necesidades de esa comunidad universitaria.

Cuando apliqué el focus group noté que en realidad no tienen idea de lo que quieren ver en un portal web, ya que en algunos puntos hubo confrontación de ideas pero en otros aspectos como fue el tema de la navegación y animación concordaron que entre menos pesada sea la página es más fácil de acceder a ella.

CONCLUSIONES

Con la investigación que realicé para el desarrollo de esta tesis, aprendí acerca de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), del concepto de comunicación universitaria y del uso de los métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, así como reafirmar los temas de comunicación organizacional.

Otro punto de esta tesis fueron los avances tecnológicos, los cuales actualmente abren múltiples posibilidades de desarrollo en la creación de nuevos ambientes de aprendizaje que proporcionan la calidad educativa e invitan al alumno a ser participante activo en el proceso de construcción de su conocimiento.

De esta manera, los estudiantes amplían sus horizontes en el conocimiento, en el entorno social, económico, político y cultural, a través de la información que día con día va creciendo y transformándose, convirtiéndolo en una alternativa de investigación que con el uso de los portales web, en este caso el de la FCPyS, los estudiantes tendrán la oportunidad de aprender y difundir lo que se genera dentro de la comunicación universitaria, y así tener un espacio donde puedan generar conocimiento, publicar, crear foros y conferencias, entre otras cosas.

Sin embargo, la adopción y apropiación de este proyecto requiere un cambio de actitud y mentalidad, de estimular el proceso de información y capacitación estudiantil y sensibilizar a los cuerpos académicos en la búsqueda de nuevos caminos que fortalezcan la puesta en práctica de estrategias potencialmente significativas y conjugar la teoría con la práctica.

Esto se ve reflejado en la apatía que muestra el alumnado para ser partícipe en el uso de esta tecnología de la información y comunicación (TIC), debido a que no se hacen partícipes o no se involucran en las acciones que haces sus compañeros. De esta manera, la retroalimentación que puede existir en la creación y/o evaluación de un portal web puede ser deficiente y no alcanzar los objetivos que busca difundir esta comunidad.

Queda mucho por hacer, sin embargo, con la ayuda de los profesores, de los mismos estudiantes y de las autoridades que integran la facultad se podría generar una cultura de adopción y apropiación de estas herramientas. Si no se trabaja en conjunto, esta apropiación y cultura del uso de las tecnologías que son creadas por y para los alumnos se ve rechazada o cuestionada.

También con esta investigación pude entender que es la comunicación universitaria, cuál es su objetivo y a qué públicos están dirigidos dentro de una institución educativa. Así como hacer uso de los cuestionarios y sobre todo mi gran reto fue hacer un focus group ya que solo tenía el conocimiento teórico y nunca había tenido la oportunidad de llevarlo a la práctica. Con esto me enfrente a controlar a un grupo y tratar de no sesgar la información, a su vez, oír como no saben lo quieren ni visualmente ni de contenido en un sitio web.

A pesar de esto, esta tesis me hizo abrir mis horizontes y comprender como las tecnologías ejercen una parte importante dentro de la comunicación universitaria y lo que se requiere para el desarrollo, difusión, evaluación y apropiación de las mismas.

RECOMENDACIONES

Una de las recomendaciones que considero podría servir, es la que comentaron en el focus group la cual es: mostrar a los alumnos de los primeros semestres lo que se está haciendo en la facultad y quiénes son los encargados y/o responsables de este medio de comunicación con la finalidad de acercarlos a estas herramientas.

Otra punto sería, que la propia facultad difundiera en sus sitios web lo que hacen los alumnos ya sea enviando correos electrónicos, pegando de vez en cuando algunos carteles o hacer un newsletter.

También podría funcionar que en los recorridos que organiza Servicios Escolares para los alumnos de nuevo ingreso, den una introducción de los servicios o medios de comunicación que hay dentro de la facultad, cuáles son y en que sitio lo pueden consultar, como hasta el momento lo han hecho con los talleres extracurriculares.

Por parte de los alumnos de los últimos semestres se tendría que trabajar más por ser más renuentes al uso y apropiación de estas tecnologías, sin embargo, tendríamos que detectar o hacer un sondeo de cuál método sería el adecuado para que hagan uso de esta herramienta y a su vez se apropien y participen en este medio.

En cuanto a los profesores, podrían mencionar en sus clases algunos sitios electrónicos que tienen la facultad, de esta manera los alumnos podrían hacerse partícipes o por entrar por curiosidad a esos sitios recomendados.

ANEXOS

1. ¿Sabías que en tu facultad existe un Portal Estudiantil de la FCPyS?
 - a) Sí
 - b) No

2. A lo largo de tu semestre ¿Cuántas veces ha visitado usted el Portal Estudiantil?
 - a) 1-10
 - b) 11-20
 - c) Más de 20

3. ¿Volverías entrar a esta página?
 - a) definitivamente volvería entrar
 - b) probablemente volvería entrar
 - c) definitivamente no entraría otra vez

4. ¿A qué audiencia crees que va dirigido?
 - a) Investigadores/ Académicos
 - b) Estudiantes
 - c) Trabajadores

5. ¿Cuál piensas que es la finalidad del sitio?
 - a) Informar/ enseñar
 - b) Explicar/ ilustrar
 - c) Persuadir
 - d) Ninguna de las anteriores

6. ¿Cuál es el nivel de satisfacción general con el Portal Estudiantil de la FCPyS?
 - a) Completamente satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Insatisfecho
 - d) Completamente insatisfecho

7. ¿Sabes cuándo fue realizada la última actualización?
 - a) Si
 - b) No

Marque con una (X) la respuesta que usted considere adecuada dependiendo del nivel de satisfacción, donde el 4 es completamente satisfecho, 3 satisfecho, 2 insatisfecho y 1 completamente insatisfecho; respecto a los siguientes puntos:

	4	3	2	1
La página que se requiere visitar se puede identificar con rapidez				
Es fácil su navegabilidad				
Facilidad de uso				
Estética general del portal				
Presentación				
Información				
Los íconos representan claramente su propósito				
Los títulos o encabezados son pertinentes				
El tamaño de la letra				
Pertinencia de los contenidos				
Calidad de los contenidos				
La información que encuentras es esta página la considera practica				
Es información actualizada				
Los servicios que ofrece son completos				
El contenido del portal es relevante				
La interfaz del portal es placentera				
El portal tiene todas las funcionalidades esperadas				
El portal tiene todas las capacidades esperadas				
El portal es útil para la autoformación				
El portal es útil para la Investigación				

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila González Rafael, *Crítica de la comunicación organizacional*, México, UNAM, 2004
- Bonilla Gutiérrez, Carlos, *La comunicación: función básica de las relaciones públicas*, México, Editorial Trillas, 2001
- Breton, P. y S. Proulx, “*L’explosion de la communication à l’aube du XXIe siècle, Boréa*”, Montreal, 2002.
- Castells, Manuel, *Internet y la sociedad red*, Ed. Siglo XXI, México, Volumen I.
- Castells, Manuel (2001) *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Ed. Plaza y Janés, Madrid.
- Costa, Joan, *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión*, Editorial Paidós, España, 2001
- Davis Keith y John Newstrom, *El comportamiento humano en el trabajo. Comportamiento Organizacional*, México, Mc Graw Hill, 1991
- Covi Druetta, Delia, “*La articulación medios/universidad en la distribución social del conocimiento*”, UNAM, México
- Echeverría, Javier, *Las TIC en educación*, Revista Iberoamericana, 24, 2001.
- Fernández Collado, Carlos, *La comunicación en las organizaciones*, México, Editorial Trillas, 1999
- François Eldin, *El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresarial*, pág. 26
- Goldhaber, Geral, “*Comunicación Organizacional*”, México, Diana, 1984
- Guzmán Ruíz, Carlos, *Internet y la investigación científica. El uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*, ED. Magisterio, Colombia, 2004

- Habermas, Jürgen, “ *Teoría de la acción comunicativa II*”, Ed. Taurus, Madrid, 1999
- Hilbert, Martin R, “*From industrial economics to digital economic*”, CEPAL. United Nations Publication, Santiago, Chile. 2001.
- Ianni Octavio, “La sociedad global”, México, Siglo XXI, ed. 1998.
- Martínez de Velasco Alberto y Abraham Nosnik, *Comunicación Organizacional práctica*, Trillas, México, 2002
- Méndez Ramírez Ignacio, Guerrero Delia, etal, *El protocolo de investigación. Lineamientos para su elaboración y análisis*, Ed. Trillas, México, 1984.
- Miguel Bustos Juan Carlos, “*Industrias culturales: Internet, financiación, gratuidad y precios*”.En Delia Covi Druetta et. Al. “Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y posible”, México, La Crujía, 2004
- Monge, Ricardo y John Hewitt, *Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y el futuro de Costa Rica*, Fundación CAATEC, Costa Rica, 2004
- Morín, Lazarsfeld, Merton. “*Comunicación y Teoría sociológica*” en *La comunicación de masas*, Argentina, Centro Editor América Latina, 1977
- Orlanda y Bobino Sebastián, *Instituciones educativas: las definiciones de la indefinición*, OEI- Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653), Argentina
- Pérez Espino, Efraín, *Los ciudadanos de cara del siglo XX: México. Entre la “Era” y la “Sociedad de la Información y el conocimiento”*, México, Ed. UNAM,2005
- Suárez Iñiguez, Enrique, *Cómo hacer la tesis*, Ed. Trillas, México, 2004.
- Veruschka Gôtz, “*Retículas para internet y otros aspectos digitales*”, Index book, 2002
- Walter Wilson, “The Twiligth of Sovereignty: How the information revolution

- Zapata, Oscar, *Fundamentos para elaborar una tesis*, Ed. Pax, México, 2005.

Cibergrafía

- <http://antoine.eduangi.com/MyWeb/Papeles/PORTALES.PPT>, Revisado 30/10/2008
- http://www.virtualcom.org/joomla_2/Joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=4&Itemid=1, revisión 25/03/2008
- <http://www.rppnet.com.ar/comorganizacional.htm> revisado el 31/03/2009
- <http://comunicacionyeducacionamic.blogspot.com/2008/05/modelo-de-gestin-de-comunicacin.html>, Revisado 7/10/2010
- <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>, Revisión 29/07/2009
- <http://mayeuticaeducativa.idoneos.com/index.php/368115>, Revisado 7/10/2010
- <http://www.ugr.es/cicu/conclusiones.htm>, Revisión 29/07/2009
- <http://www.ugr.es/cicu> Revisado 29/07/2009
- http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/datos_termino.php?termino=Layout 20/07/2010