

20je.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN

MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PROGRAMA
PILOTO
"FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL"

T E S I S I N A
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
FERNANDO ARAGON MONROY

Asesor: Lic. Manuel Vázquez Arteaga

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Naucalpan de Juárez, Edo. de México 1994





UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Gracias a mis padres por abandonar el miedo a ser espectadores y aceptar la verdad del amor. A mis hermanos Miguel Angel, Gustavo, y Susana por ser mis compañeros de asiento en este viaje. A mis otros hermanos Flavio, Armando, y Mónica por su eterna complicidad, que ha sido tan contundente y es lo que me mantiene en pie. A todas las manos que deshilaron el desorden de mi mente y mi corazón y me hicieron transitar del silencio al pensamiento, luego al deseo, luego a la pasión y por fin, a la unión de dos cuerpos bajo el amparo de la desnudez. A mi abuela Ma. de Jesús por mostrarme que la grandeza del ser humano radica en su humildad y el amor por la vida. Al "enano" por la inocencia que despierta en mí su malicia. A mi sobrina Maria Fernanda por recordarme que desde que nacemos nuestra vida es incierta. A Adriana por empeñarse en hacerme sentir que ningún tiempo es suficiente. "Mireyita" ahora compruebo que no es frustrante estar buscando cuando en esa búsqueda encontramos la esencia de las cosas que nos hacen ser. Ariel -a pesar de las ausencias- gracias siempre. A mis maestros, compañeros de trabajo y amigos: Alex, Jimmy, Diego, Dany Boy, Alma Rosa, Bunny, Chela, Anita, Manolo, Gaby, Toño, Norma y muy especialmente a Manuel Vázquez, mi asesor. A mis amigos de siempre Ericka Bron..., Dania, Marcos y Gilberto.

EL FER.

I N T R O D U C C I O N

En un afán de continua adaptación, buscando siempre su permanencia en un contexto político, económico, social, cultural, artístico, científico y tecnológico con grandes transformaciones; la Universidad Nacional Autónoma de México intenta dar respuesta a la demanda social que la estimula. En 1991 la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán se suma a estos propósitos de bienestar común, creando el *Programa de Formación y Práctica Profesional*, cuyo objetivo es vincular la actividad escolar con el campo laboral.

A más de dos años de trabajo , y aún siendo un programa piloto, *Práctica Profesional* requiere sistematizar su operación y procesos comunicativos para cumplir con la meta que le dio origen: contribuir en la formación académica de los futuros profesionales de la comunicación.

En este sentido el problema debe plantearse en términos de cómo mejorar el funcionamiento y operación del área, a partir de la optimización de los recursos materiales y humanos; de tal manera que garanticen la satisfacción de necesidades académicas, administrativas y laborales de las instancias que participan en él (escuela, instituciones públicas y privadas, y alumnos).

Bajo este marco, se precisa elaborar un instrumento que coordine, de la manera más lógica posible, las tareas de quienes en un momento dado nos involucramos con el proyecto; atendiendo a las exigencias teóricas, metodológicas, técnicas y contextuales que la ciencia administrativa y la comunicación reclaman.

EL MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PROGRAMA PILOTO DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL está integrado por dos capítulos; el primero de ellos consta de tres partes fundamentales: 1) una propuesta organizacional y estructura funcional del programa, la cual llamaremos; **Organización**; 2) la descripción del funcionamiento y operación de cada área del organismo, que aparecerá con el nombre de **Ejecución** y; 3) **Disciplina**, en el que abordaremos el establecimiento del proceso normativo que defina las políticas a seguir en la toma de decisiones.

En el segundo capítulo se presentará, describirá e ilustrará el proceso de comunicación propuesto para el programa. Aquí se brindará una serie de estrategias para un óptimo flujo de mensajes, los cuales se resumen en un cuadro presentado al final del apartado.

Por último debe hacerse mención que, además de integrar las actividades que durante este tiempo se han venido trabajando en el área, el presente trabajo intente aportar algunos elementos en la planeación, organización, integración, dirección, control y comunicación, de tal forma que permitan hacer de **Práctica Profesional** un programa de trabajo sólido, permanente y con miras a crecer.

I ADMINISTRAR PARA ORDENAR. SITUACIONES DE FUNCION Y CARGO DEL PROGRAMA PILOTO "FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL"

De cómo nace Práctica Profesional

Febrero de 1992 marca una etapa muy interesante en nuestra carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva. Docentes, alumnos e incluso, "profesionales" de la comunicación; entablamos pláticas y fuertes discusiones sobre la posible modificación del actual plan de estudios, creado en 1984. Sin embargo, tras la polémica desatada era evidente que el fenómeno comunicativo había sufrido importantes transformaciones y, que nuestras críticas, intercambios de ideas, estudios y análisis reflejaban un *profundo* desconocimiento de la actividad comunicativa en sus niveles teórico, metodológico, técnico-instrumental, ético y contextual.

Lo anterior es reflejo de toda una problemática social y darle solución resulta necesario, si tomamos en cuenta que la práctica comunicativa es de vital importancia en el momento histórico que estamos viviendo, pues de ella se nutren otras disciplinas. Pese a esta situación, debemos reconocer que la comunicación hoy en día, atraviesa por una etapa de autodefinición que exige de las personas que nos ocupamos de su estudio y praxis dotarla de los elementos indispensables para erigirla como ciencia independiente, y así satisfacer la demanda social que la estimula.

Para hablar en torno al origen de la *Práctica Profesional* en la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán, es necesario hacer

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

referencia al tiempo y contexto en el cual surgen las escuelas dedicadas a impartir el saber comunicativo. Soledad Robina, investigadora del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), nos dice:

"Las primeras escuelas de periodismo en nuestro continente surgen entre los años cuarenta y cincuenta, y tardarían más de una década en convertirse en carreras o facultades de ciencias de la comunicación". (ROBINA, EL COMUNICADOR... P.5)

Ya para 1986 el entonces rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, Jorge Carpizo McGregor, señala en el documento que diera pie a la reforma universitaria: "FORTALEZA Y DEBILIDAD DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO", que la licenciatura en comunicación se encuentra entre las seis profesiones mayormente saturadas de la "Máxima Casa de Estudios". Empero, los niveles de egreso y titulación no sólo de la carrera misma, sino en general de aquellas pertenecientes al área humanística; no son nada óptimos y mucho menos satisfactorios. Por ejemplo, en el lapso comprendido entre 1959 y 1983 ingresaron a los estudios profesionales 540,013 alumnos, de los cuales un total de 262,025 cubrieron los créditos correspondientes; es decir, el 48.5% de ellos; y únicamente el 27.7% se tituló.

Otros resultados arrojados por la investigación previa a dicho escrito muestran marcadas diferencias entre facultades como Odontología, Veterinaria y la carrera de Contaduría y Administración, con cifras de titulación de 85, 60 y 49 por ciento respectivamente; y otras como las de Filosofía y Letras, Ciencias Políticas y Sociales; así como Economía, alcanzan sólo el 16% en las dos primeras y 32% en la última. Finalmente, un dato importante de reflexión es que la obtención del título

de las sesenta y cuatro licenciaturas que imparte la UNAM, va de dos a cuatro años.

Esta problemática, aunada a otros conflictos que enfrenta nuestra Universidad Nacional ha generado, a partir de 1988 -año en que Carpizo McGregor retoma su propuesta de reforma- un replanteamiento de principios, fórmulas y métodos que garanticen un continuo ajuste a la dinámica social. De lo anterior, se desprende la necesidad de buscar posibilidades de superación y excelencia académicas, pero esto no creo que dependa del compromiso que "digamos" tener como universitarios; más bien de personas conscientes de su entorno, capaces de "echar a andar" un proyecto académico-administrativo -libre de burocratismos- con el fin de consolidar programas a mediano y largo plazo, pues es la experiencia universitaria la que permitirá o no capacitar y desarrollar habilidades intelectuales y técnicas que desemboquen en un trabajo socialmente útil.

En la actualidad la formación de profesionales de la comunicación (*) debe contemplar los niveles teórico, metodológico y técnico para garantizar la adaptación de los futuros egresados a los cambios y retos de nuestro tiempo. Y es que como sostiene Neil Postman:

(*) Me permito prescindir de la utilización de los conceptos de comunicólogo y comunicador por considerar que su uso indiscriminado no permite vislumbrar claramente el potencial que en nuestra sociedad pudiera ejercer el profesional de la comunicación. La figura del que aquí en adelante llamaremos *profesional de la comunicación* no es la de un divulgador, de alguien que como señalara el Dr. Jesús Martín Barbero es un "reproductor del sistema y no un actor cultural"; sino retomando algunos planteamientos de Martín Barbero y Carlos Corrales, investigador del ITESO, es un sujeto que produce y reproduce.

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

El *profesional de la comunicación* es un "mediador" que a través del desarrollo de sus capacidades humanas (percepción, imaginación, creación, conocimiento, transformación, análisis, y síntesis) encamina su acción para conocer, explicar, evaluar, producir, corregir, optimizar, encauzar, diseñar, ejecutar o planificar la comunicación en beneficio de las relaciones sociales. Aquí hablamos concretamente de las relaciones que se establecen a partir de la producción y consumo de mensajes.

Cierro este espacio citando a Jesús Martín Barbero cuando dice que *"el comunicador mediador se plantea que la significación de un mensaje, no tiene nada que ver con las formas de texto, con la materia y la forma significativa. Tiene que ver con mundos de vida y modos de ver. Hay comunicación no cuando alguien envía algo, sino cuando alguien desde su mundo lo vive, lo goza, lo sufre, lo entiende, lo escucha o lo rechaza"*. (MARTÍN, EL OFICIO... P.29)

"En nuestra sociedad no se puede, o más bien no se debe, otorgar un arrendamiento a tan largo plazo a una filosofía educativa. Demasiadas cosas están en movimiento, para ser adaptadas a un punto de vista fijo. La educación debe hacer muchas cosas diferentes, y luego deshacerlas conforme cambian las condiciones de vida. En una sociedad como la nuestra es algo profundamente incorrecto 'conservar' una filosofía educativa, a menos que uno pueda deshacerse de ésta según los requisitos de las nuevas condiciones. La educación es una respuesta de la cultura a las preguntas de una era en particular". (POSTMAN, LA ENSEÑANZA... P.24)

Aquí debemos profundizar en el planteamiento del profesor Postman y considerar a la educación como una actividad "termostática", cuyo objetivo es conservar cuando el medio es *innovador*; e *innovar* cuando el resto de la sociedad

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

es *tradicionalista*. Sin embargo, tantos cambios en la sociedad mexicana contemporánea provocan que las escuelas se vuelvan inútiles y nuestros alumnos *estén* y se *sientan* desadaptados a su propio medio. Esto es precisamente lo que debe evitar la institución educativa, mediando entre esa "sobredosis de cambio" y la "conservación de la cultura"; y creo firmemente que para lograrlo debemos valernos del conocimiento y plasmarlo en las curriculas escolares.

Aunque acertadamente añadiría Leticia Almada, locutora de RADIO RED, "*lo que aprendemos es un esbozo de lo que debemos saber*". (ALMADA, IMPORTANCIA DE... P.6)

La socialización de los sujetos -es pues- el fin último de la educación, y bajo este panorama la escuela constituye un espacio de actividad muy importante; pero, ¿en qué debe concretarse lo anterior?:

1. En formar recursos humanos para las actividades productivas de la sociedad;
2. Proveer de un patrimonio cultural; y
3. Adaptarse a la dinámica que exige la constante transformación social.

Sin embargo las escuelas de comunicación han enfrentado serios problemas, llamémosles de "ajuste", a falta de la definición de su objeto de estudio; ¿cuántos egresados de nuestra escuela?, ¿cuántos compañeros de mi generación?, ¿cuántos alumnos que actualmente están cursando la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva en la ENEP - Acatlán?, ¿cuántos de mis alumnos de clase?, ¿cuántos "profesionales" de la comunicación?, ¿cuántos docentes?, ¿cuántas empresas o instituciones "dedicadas" a la comunicación?, ¿cuántos

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

amigos, parejas, familiares, vecinos, conocidos, y desconocidos?, siguen creyendo que el fenómeno comunicativo se centra en la televisión , el radio y la prensa escrita. Y este problema más que de información, es de formación y construcción del saber comunicativo; que se viene arrastrando desde el origen en nuestro continente, de las escuelas de comunicación. Soledad Robina nos dice cómo se ha presentado esta crisis de las carreras de comunicación , desde sus orígenes hasta nuestros días:

"En sus inicios la preocupación de las escuelas de periodismo se centraba en cuestiones éticas, jurídicas e históricas y, no dejaban espacio a los problemas de naturaleza metodológica, técnica y científica (...) La tendencia a partir de los años sesenta se orientó al estudio de la comunicación social. Este proyecto se encerró de alguna manera, en la crítica de la sociedad vigente sin formular modelos alternativos para transformar las estructuras sociales". (ROBINA, OB. CIT... P.6)

A lo anterior habría de agregar que hasta esos momentos, la educación responde a un modelo pedagógico tradicional, el cual se fundamenta en la transmisión unidireccional de contenidos y que por lo tanto, rompe con la posibilidad de una educación humanizadora, analítica y crítica.

En la actualidad los investigadores consideran que, a pesar de suscitarse modificaciones notables en los planes de estudio de las carreras de comunicación y en los modelos educativos, hay un desfase entre la actividad escolar y el campo laboral. Tendiente a crecer con las nuevas tecnologías, que si bien no son

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

determinantes, irrumpen en el estudio de la comunicación social. Y es aquí cuando surge la necesidad de hacer del aprendizaje un hecho significativo, ya sea dentro del ámbito escolar o fuera de él. El primero se logra mediante la dinámica que el docente emplee; mientras que el segundo tiene que recurrir a otros factores como la experiencia, pues es ésta la que permitirá aplicar e integrar los conocimientos adquiridos.

Tomando como premisa lo anterior, la práctica profesional considerada como experiencia educativa y formativa, permitirá al alumno o recién egresado de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva:

1. Conocer la práctica profesional comunicativa en las áreas de:
 - a) *Investigación*. Entendida como la aplicación de los conocimientos teóricos, metodológicos y técnico-instrumentales en el ámbito social.
 - b) *Docencia*. Tiene que ver concretamente con la enseñanza, la cual consideraremos como una actividad encaminada a promover el aprendizaje en el alumno.
 - c) *Comunicación Institucional*. Supone el manejo de la comunicación al interior de organismos sociales.
 - d) *Periodismo Escrito*. Me permito retomar a Vicente Leñero y a Carlos Marín cuando precisan que el periodismo "*es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público*". (LEÑERO, MANUAL DE... P.14)

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

- e) *Radio, Televisión y Cine*. Aquí consideramos el manejo de técnicas e instrumentos que permitan construir expresiones comunicativas.
2. Aplicar e integrar los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera a las necesidades de la práctica profesional en comunicación.
 3. Vincular teoría y práctica como parte de su formación.
 4. Delimitar su perfil como futuro profesional de la comunicación.
 5. Ofrecer y permitir el desarrollo del tema para la titulación.

Con esta idea la Jefatura de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP-Acatlán propone en 1991 un proyecto de formación y práctica profesional, (*) que busca:

(*) Debemos hacer hincapié en que la Universidad Nacional Autónoma de México como organismo abierto que es, recibe información del medio ambiente; y este programa de la Jefatura de Periodismo y Comunicación Colectiva no solo responde a las necesidades y requerimientos de la "Máxima Casa de Estudios", sino también a circunstancias políticas, económicas, sociales, y culturales. Ya desde los años 70's el gobierno mexicano venía hablando de un plan modernizador de carácter educativo, que pretendía entre otras cosas: 1) Adecuar los planes de estudio a la realidad del país; 2) Conseguir una universidad más racional y orientada a la eficacia y; 3) Vincular la universidad con la producción.

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

- "1. Vincular TEORIA - PRACTICA. Además de enfrentar a los futuros egresados a fenómenos concretos, tanto laborales como de profesionalización.**

- 2. La aplicación de un proyecto específico al interior de una institución como parte de su formación. La comprobación del mismo y, el trabajo colectivo; para dotar al alumno de una visión fundamental en su próximo proceso de titulación. (posibles temas de investigación, viabilidad de propuestas de trabajo, alternativas de acercamiento al objeto de estudio, etc...)**
Cursando Práctica Profesional el estudiante adquiere experiencia concreta en materia de investigación.

- 3. Definir el perfil profesional del egresado en Periodismo y Comunicación Colectiva". (ANTEPROYECTO PARA LA INTEGRACION DEL AREA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL DE LA CARRERA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA: MATERIAL FOTOCOPIADO).**

Desde su creación el **Programa de Formación y Práctica Profesional (FyPP)** ha funcionado de la siguiente manera: los responsables del mismo, se encargan de establecer acuerdos para la realización de prácticas profesionales con empresas públicas o privadas dedicadas a la comunicación; o bien que utilicen ésta como vía de agilización de sus actividades. El alumno a través de un proceso selectivo que

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

consiste en cubrir los requisitos académicos (ser alumno regular y cursar entre el sexto y noveno semestres o bien, ser egresado de la licenciatura), administrativos (llenar su solicitud) y presentarse a una entrevista con el responsable de la institución participante; tiene la oportunidad de aplicar e integrar sus conocimientos en trabajos que la organización le asigne.

En un principio el programa duraba un mes y correspondía al período intersemestral. A partir de Junio de 1993, los responsables del área consideraron pertinente extenderlo a tres meses con cuatro horas diarias, dependiendo de las necesidades e intereses de la organización.

Afortunadamente *FyPP* ha demostrado ser un servicio de gran utilidad, no sólo para los alumnos de la licenciatura; sino también para la carrera misma y las empresas participantes.

Por otra parte, *Práctica Profesional* aparece en el anteproyecto de la licenciatura en Comunicación y Periodismo, ello exigirá aunado a lo anterior, una estructura formal y delimitación de funciones de las partes que intervienen; esto es: una estructura administrativa que organice los recursos materiales y humanos con que cuenta la institución, su operación, el proceso que discipline el sistema; así como estrategias comunicativas que garanticen el equilibrio del mismo. En este sentido, y respondiendo a los intereses de nuestro trabajo, el problema debe plantearse en términos de cómo mejorar el *Programa de Formación y Práctica Profesional*, tomando como base los factores productivos y humanos; de manera que garanticen la satisfacción de necesidades académicas, administrativas y laborales de las instancias que participan en él.

Nuestra Meta: Contribuir en la Formación Académica y Profesional

Y nos damos cuenta que nuestra sociedad es una "*Sociedad organizacional*", diría Amitai Etzioni. Es cierto, nacemos y nos desarrollamos dentro organizaciones, llámese familia, escuela, iglesia o estado; la mayor parte de nuestra vida trabajamos en organizaciones y empleamos gran parte de nuestro tiempo comprando, jugando, discutiendo o rezando en organizaciones. En contraste con las sociedades primitivas, señala el administrador de empresas Joaquín Rodríguez Valencia, "*las sociedades modernas han venido creando organizaciones con el propósito de enfrentar problemas y circunstancias que exigen la integración y coordinación de recursos humanos muy diversos; lo cual será posible lograr por medio del trabajo humano organizado y tecnificado*". (RODRIGUEZ: COMO ELABORAR... P.2).

De esta idea se deriva un interesante planteamiento: *la sociedad contemporánea depende en gran medida de organizaciones*, y es que sin ellas no habría estabilidad. Imaginemos el caos que se generaría con la pérdida de los organismos sociales fundamentales, como son la familia, la escuela y el Estado. Sin embargo, debemos hacer notar que el problema de las instituciones sociales no radica en su construcción; más bien en su funcionamiento.

Aquí entonces salta a la vista una pregunta necesaria: ¿qué entendemos por organización?. Entendemos por organización una entidad creada para alcanzar fines específicos. Stephen Robbins en su libro ADMINISTRACION. TEORIA Y PRACTICA, establece tres características que definen a las organizaciones:

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

- "1. Cada una tiene un propósito definido; que se expresa por lo general en términos de una meta o serie de metas.*
- 2. Todas están compuestas por personas.*
- 3. Todas desarrollan algún tipo de acuerdo estructural sistemático que define y delimita el comportamiento de sus miembros". (ROBBINS, ADMINISTRACION. TEORIA... P.3).*

Son pues, los objetivos definidos o metas, la inclusión de personas o miembros y la estructura organizacional; los factores que permiten a todo organismo social público, privado o educativo -como es nuestro caso- planear, organizar, dirigir, controlar e integrar elementos, procedimientos o sistemas para el logro de su misión. Esto exige la correcta combinación de los recursos humanos y materiales, y en caso de haberlos, los financieros que se tengan a disposición.

Ahora bien, dado que nuestro objetivo como organización educativa -me refiero a *FyPP*- radica en la vinculación académica con el campo laboral, es importante situarnos en un enfoque que nos permita identificar los elementos constantes y variables que intervienen en el sistema organizacional. Para ello, la *TEORIA DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS*, iniciada en los años sesenta, nos brinda el marco de referencia para definir dicho programa como un organismo social, y así mismo, rescatar la necesidad de sistematizar su funcionamiento, involucrando en éste estrategias para el buen flujo de mensajes.

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

La TEORIA DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS considera que toda organización es un sistema, entendemos por *sistema* el conjunto de elementos interrelacionados e interdependientes que producen un todo unificado. De acuerdo a lo anterior, "la organización es un sistema integrado por varios elementos que interactúan constantemente y su presencia, características y comportamientos están encaminados al logro de objetivos concretos. En esta dirección, las organizaciones son sistemas abiertos que reciben influencias del medio ambiente y al mismo tiempo, también influyen en él". (RODRIGUEZ, OB. CIT., P.4).

Es precisamente su carácter abierto, el que hace del organismo social un sistema *dinámico*, capaz de permitir una constante adaptación y flexibilidad. Aquí debemos subrayar que las organizaciones sociales no pueden sobrevivir de manera aislada, forzosamente requieren de información proveniente del medio (*INSUMOS o ENTRADAS*) para generar *PRODUCTOS* que satisfagan necesidades sociales. (FIG.1).

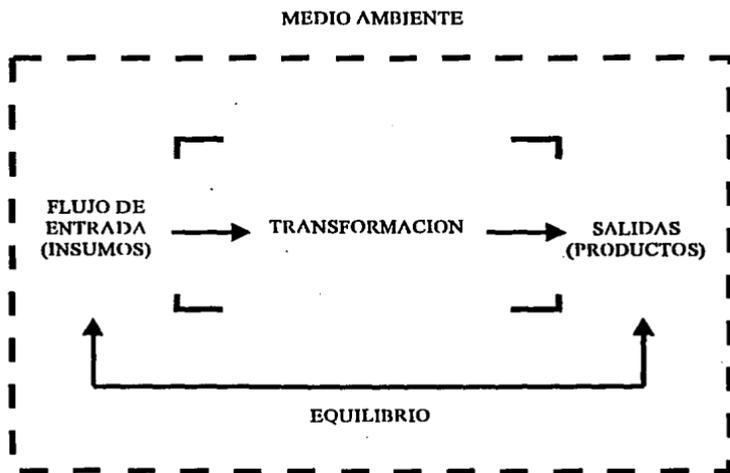


FIG. 1 MODELO BASICO DE LA TEORIA DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

La Figura 1 muestra en términos generales el proceso a que está sujeto todo organismo social. Entendemos por *FLUJO DE ENTRADA (INSUMOS)* todos los recursos organizacionales (materiales y humanos). La *TRANSFORMACION* se refiere al cambio que sufren dichos recursos en productos o servicios; aquí algunos autores incluyen tres tipos:

- a) **TECNOLOGICOS.** A partir del esfuerzo humano, intelectual y manual, y utilizando la tecnología se producen bienes y servicios terminados.

- b) **ADMINISTRATIVOS.** Permiten encauzar de manera efectiva a la organización hacia el logro de planes y objetivos.

- c) **SOCIALES.** Es el conjunto de interacciones que se presentan entre individuos y grupo dentro de la organización y de ésta con su medio ambiente. Tales procesos implican grados diversos de influencia entre personas y grupos; por lo cual están condicionando de manera constante a la organización (aquí hablamos concretamente de los conceptos de comunicación, liderazgo, conflicto y adaptación).

Por su parte, los *RESULTADOS o SALIDAS*, son los bienes o servicios producidos por el sistema organizacional para satisfacer las necesidades humanas. La *RETROALIMENTACION*, definida como la información generada de las salidas, lleva al sistema a un estado de equilibrio y de dinamismo a la vez; provocando su constante transformación y desarrollo.

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

Finalmente, y parafraseando a Stephen Robbins, el enfoque de sistemas reconoce que las instituciones no son autosuficientes; *"necesitan del MEDIO AMBIENTE en la provisión de insumos y de fuentes para absorber sus productos. Ninguna organización puede sobrevivir si ignora la gama de factores externos de los cuales depende"*. (ROBBINS, *ADMINISTRACION. TEORIA Y ...* P.36). A lo anterior añadiremos que el éxito de los sistemas sociales depende de la interacción que guardan con su medio; de ahí la importancia de *FyPP* en la formación de profesionales de la comunicación.

Asimismo, conviene precisar que los componentes de los sistemas abiertos presentan características determinantes en el comportamiento del organismo social; Rodríguez Valencia nos las presenta de la siguiente manera:

"A. CICLO DE ACTIVIDADES. Los sistemas abiertos mantienen un intercambio de energía con el entorno. El producto que obtienen como consecuencia de sus operaciones de producción, provee los recursos de energía necesarios para la repetición del ciclo de actividades.

B. ENTROPIA. La supervivencia de un sistema abierto depende de su capacidad para resistir un proceso entrópico. La entropía es una ley universal de la naturaleza, por la cual todas las formas de organización se dirigen hacia la desorganización y la caducidad.

C. CRECIMIENTO. Al adaptarse al medio ambiente, el sistema intenta introducir las fuerzas externas para adquirir

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

control sobre ellas. La preservación del carácter de los sistemas complejos se logra mediante el crecimiento y la expansión, la forma más común de éste consiste en la ampliación de algunos subsistemas.

***D. EQUIFINALIDAD.** Un sistema abierto puede llegar a un estado final a partir de diferentes condiciones iniciales y por diversas rutas. En la forma en que el sistema se oriente hacia mecanismos de regularización para el control de su operación, la equifinalidad se reduce.*

***E. USO DE INFORMACION.** El tipo más sencillo de información (FEEDBACK), permite al sistema corregir sus desviaciones respecto al curso de acción deseado.*

***F. CODIFICACION.** La codificación consiste en simplificar el universo de los mensajes, convirtiéndolos en categorías sencillas y de significación para el sistema.*

***G. SUBSISTEMA.** Todo organismo es un sistema de partes interrelacionadas operando unas conjuntamente con otras; formando a su vez un entorno condicionante de subsistemas, bien por la función (producción, compras), bien por su naturaleza (hombres, máquinas)". (RODRIGUEZ. OB. CIT... P.6).*

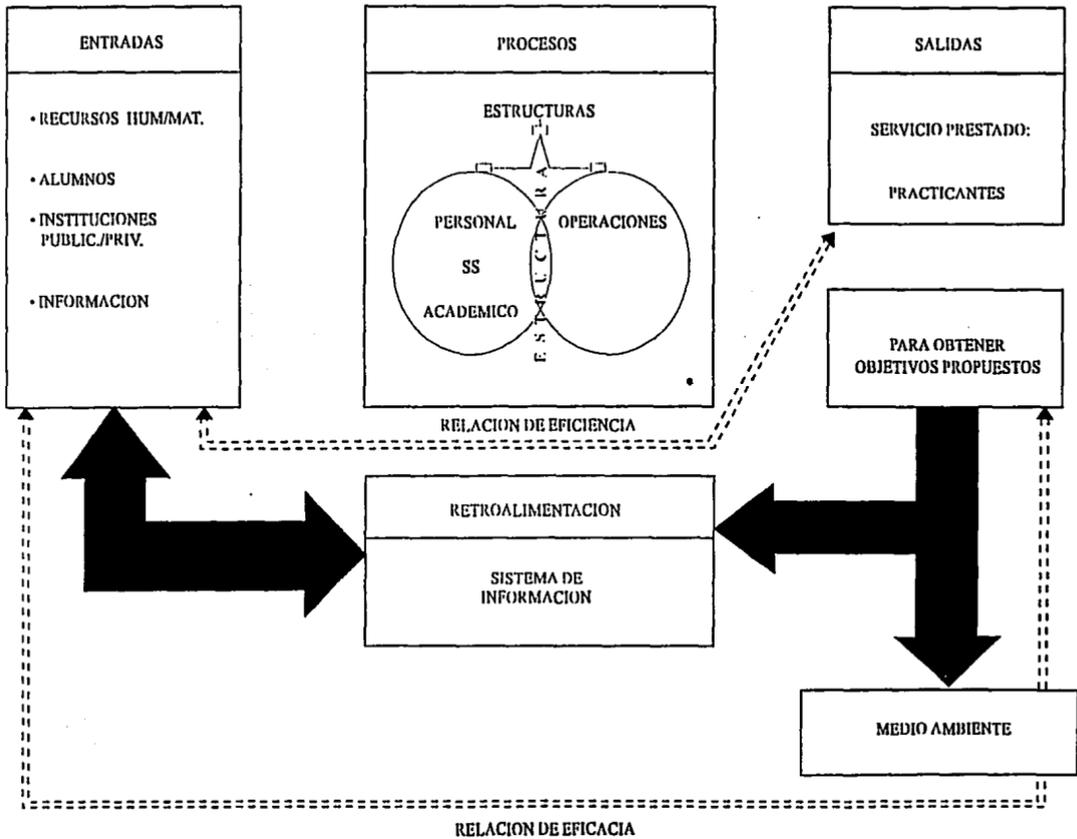
ADMINISTRAR PARA ORDENAR

Reflexionar sobre lo anterior, nos ayuda a reconocer que los organismos sociales -como el que no ocupa- se encuentran o deberían encontrarse en una relación dinámica con su ambiente, percibiendo diferentes entradas para transformarlas en productos. Como hemos mencionado, el objetivo de los sistemas sociales consiste en no perder el "*equilibrio dinámico*", y para ello se requiere de una constante transformación y producción; así como de un eficiente flujo de mensajes que más adelante veremos.

La Figura 2 presenta el diseño del sistema general (*) del *Programa de Formación y Práctica Profesional*, en él están aplicados los principios de la TEORIA DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS hasta ahora vistos. A partir de la interpretación del mismo, podemos hacer las siguientes apreciaciones:

Como se mencionó en un principio, el medio ambiente social, económico, político y cultural no sólo propició el origen del Programa; también los provee de los insumos necesarios para un óptimo funcionamiento: recursos materiales y humanos (infraestructura, instrumentos de trabajo, académicos que se responsabilicen del área, alumnos de servicio social que apoyen con trabajo para lograr el funcionamiento del Programa, alumnos interesados en realizar prácticas profesionales, instituciones públicas o privadas participantes, apoyo secretarial, información obtenida con respecto al servicio ofrecido, etc...).

(*) De aquí en adelante nos referiremos a *FyPP* como un sistema por considerar que cuenta con los procesos administrativos fundamentales -planeación, organización, integración, dirección y control-. Sin embargo, no debemos olvidar su carácter de subsistema, pues pertenece a sistemas organizacionales más amplios, el más inmediato es el Programa de periodismo y Comunicación Colectiva, y le siguen la ENEP-Acatlan y la UNAM misma.



ADMINISTRAR PARA ORDENAR

A partir de la propuesta de una estructura organizacional, normas, operaciones o procedimientos y estrategias para el flujo de información y mensajes que se pretende con la realización de un manual operativo, se desarrollarán procesos de transformación que permitan ofrecer al campo laboral un servicio de **Práctica Profesional**; y a los alumnos de nuestra carrera, experiencias profesionales como parte de su formación académica.

El seguimiento del servicio (retroalimentación) permitirá medir los resultados de acuerdo a dos variables: la eficiencia, entendida como el aprovechamiento de los recursos disponibles; y la eficacia, manifestada en el logro de resultados.

En tanto que la **Práctica Profesional** como parte de la formación académica de nuestros alumnos, permitirá brindar a la sociedad profesionales capaces de regular las relaciones que se establecen a partir de la producción y consumo de mensajes.

Bajo este marco, surge la necesidad de elaborar un instrumento que sistematice teórica y prácticamente los procesos de transformación del **Programa de Formación y Práctica Profesional**; a fin de satisfacer los requerimientos que el medio laboral comunicativo plantea. De esta forma hablamos del *manual operativo*, cuyo objetivo primordial será dar uniformidad de tratamiento a las operaciones periódicas del área. Joaquín Rodríguez Valencia, lo define de la siguiente manera:

"Es un recurso formal de todas las informaciones necesarias para operar una parte o todo un organismo; es una guía que

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

permite encaminar hacia los objetivos los esfuerzos del personal". (RODRIGUEZ, COMO ELABORAR... P.VI)

En conclusión -añadiremos- es una expresión más definida de la estructura y funcionamiento del organismo social. Sus objetivos específicos son: instruir al personal en aspectos tales como las metas de la institución, funciones, relaciones, políticas, normas y procedimientos; precisar las funciones y relaciones de los miembros; coadyuvar en la correcta ejecución de las labores del personal, y propiciar uniformidad en el trabajo; integrar y orientar al personal de nuevo ingreso; y propiciar información básica en la planeación administrativa. El manual operativo es en términos generales, un instrumento comunicativo para el logro de objetivos, pero ¿para qué crear un documento como éste en el área de *Práctica Profesional?*:

1. Para establecer la organización formal y estructura funcional del *Programa de Formación y Práctica Profesional*.
2. Fijar los lineamientos a seguir en la toma de decisiones.
3. Expresar analíticamente los procedimientos administrativos, a través de los cuales se canaliza la actividad operativa del programa.
4. Proponer estrategias de flujo de información; es decir de la circulación de datos que el organismo requiere para el logro de sus objetivos.
5. Sentar la bases de la identidad, cultura y comunicación corporativas de *Práctica Profesional*.

ADMINISTRAR PARA ORDENAR

Finalmente habría que hablar un poco acerca de las ventajas y desventajas que traerá consigo la elaboración de este manual. Al respecto, debemos precisar que dadas sus características (un documento escrito, legible, sencillo en su construcción y flexible); representa una fuente permanente de información sobre el trabajo a realizar; ayuda a institucionalizar y hacer efectivos los objetivos, funciones, procedimientos, normas y estrategias de la organización; da continuidad y coherencia a las actividades realizadas; auxilia en la capacitación del personal; y es un apoyo en la coordinación y control del desarrollo de funciones. Sin embargo un instrumento como éste, mal elaborado provoca conflictos en las operaciones, al grado de llegar a carecer de utilidad; y por otro lado, requiere actualizarse periódicamente.

Demos paso pues, a la construcción del cuerpo del manual operativo del *Programa de Formación y Práctica Profesional*. Este primer capítulo consta de tres partes fundamentales: 1) una propuesta de organización formal y estructura funcional del programa, a este apartado le llamaremos ORGANIZACION; 2) la descripción del funcionamiento y operación de cada área del organismo, el cual aparecerá con el nombre de EJECUCION y; 3) DISCIPLINA, en el que abordaremos el establecimiento del proceso normativo que defina las políticas a seguir en la toma de decisiones.

A ORGANIZACION

La planeación del *Programa de Formación y Práctica Profesional*, debe dirigirse al aprovechamiento de los recursos disponibles para el logro de nuestro objetivo. En este sentido, tenemos que considerar los siguientes factores como elementos indispensables en la propuesta de la estructura organizacional:

1. La organización debe ser la expresión de los objetivos del programa en cuestión.
2. Precisar el desarrollo de funciones particulares .
3. Reflejar coordinación de personas y actividades. Debe existir unidad de esfuerzos.
4. Mostrar líneas claras de autoridad.
5. Definir cada puesto, diferencias, autoridad, responsabilidades y relaciones.
6. Debe verse la responsabilidad del superior sobre la actuación de los subordinados.
7. Toda organización -como hemos estado insistiendo- exige continuidad en su proceso, estudio, y en nuevas técnicas y aplicaciones.

ORGANIZACION

De acuerdo a lo anterior, el tipo de organización que se propone es de carácter formal. Su estructura organizacional ha sido planeada y representa un intento por establecer patrones de relación entre los componentes encargados de alcanzar los objetivos de manera efectiva. La forma en que decidí presentarla es mediante la utilización del organigrama e incluye, la descripción de puestos. Es importante señalar que tomé en cuenta como ejes fundamentales para su realización, la **DIVISION DEL TRABAJO**, entendida como la especialización de los trabajadores en una parte del proceso productivo y no en toda la actividad; y lo que los administradores denominan **EXTENSION DE PUESTO**, es decir "*la especificación escrita de lo que hace un empleado, de cómo lo hace y porqué lo hace*". (ROBBINS, *ADMINISTRACION. TEORIA Y...*, P.232). Así se plantea una división del Programa en áreas de trabajo, asignándoles funciones y tareas específicas.

Pero antes de dar paso a la exposición de mi propuesta, es necesario presentar los objetivos generales y específicos del **Programa de Formación y Práctica Profesional**, los cuales han sido tomados del Anteproyecto para la Integración del Area de Formación y Práctica Profesional en la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva; de los Lineamientos Técnico-Administrativos del Area de Formación y Práctica Profesional de la carrera de Pedagogía ; del Anteproyecto de la Licenciatura en Comunicación Social (1992); del proyecto del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo (1994); pero sobre todo, de la manera -empírica e informal- en que desde hace aproximadamente un año y medio, los responsables que han estado a cargo del área se han conducido; y que desde Mayo de 1993 ha quedado más o menos establecida, aunque no de forma sistemática. Pasemos a desarrollar este punto:

ORGANIZACION

EL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL

Objetivos Generales del Programa.

Formación y Práctica Profesional es el área de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva encargada de vincular la actividad escolar con el campo laboral. Además de enfrentar a los futuros egresados a fenómenos concretos, tanto laborales como de profesionalización.

El trabajo del equipo de ***Práctica Profesional*** consiste en establecer convenios para la realización de prácticas profesionales con empresas públicas o privadas dedicadas a la comunicación; o bien, que utilicen ésta como vía de agilización de sus actividades. El alumno, a través de un proceso selectivo -acordado por los responsables del programa y los representantes (responsables del programa) de las empresas participantes- tendrán la oportunidad de aplicar e integrar sus conocimientos en trabajos que la organización les asigne.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

1. Establecer acuerdos con empresas públicas o privadas dedicadas a la comunicación; o bien que utilicen ésta como instrumento indispensable para el logro de sus fines. Y establecer así convenios interinstitucionales para la realización de prácticas profesionales.
2. Fijar las condiciones necesarias para el desarrollo de la práctica profesional y verificar constantemente su buen curso.

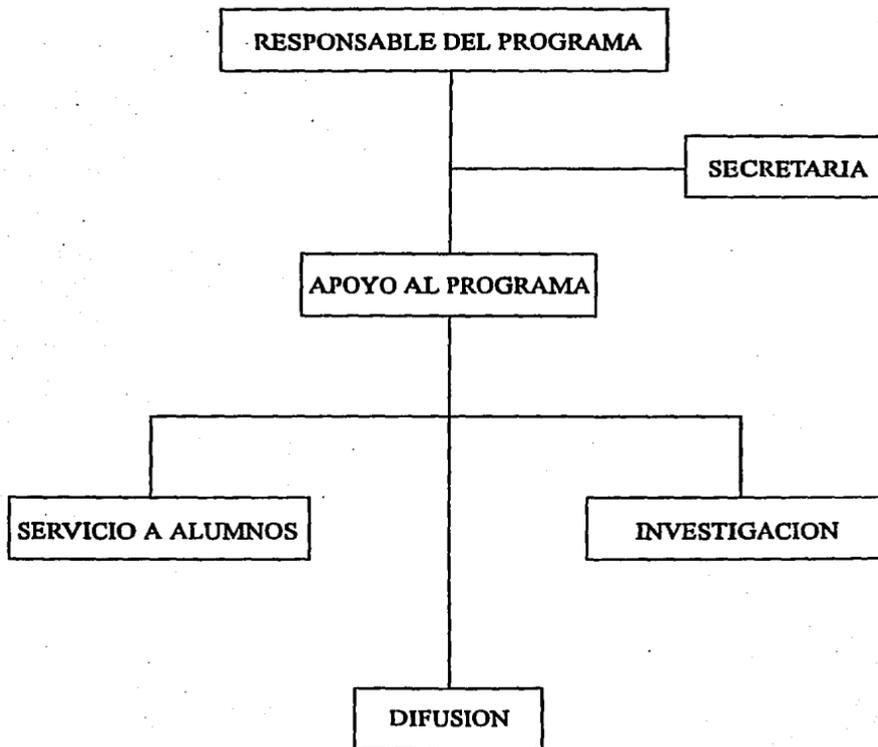
ORGANIZACION

3. Realizar el seguimiento de las prácticas profesionales; a fin de detectar necesidades, carencias, aportaciones de la escuela al campo laboral comunicativo, y determinar el funcionamiento del *Programa de Formación y Práctica Profesional* tanto a nivel interno como externo. Todo esto con el fin de mejorar y fortalecer el servicio ofrecido.
4. Construir y mantener una base de datos que permita identificar las necesidades teóricas, metodológicas y técnicas del campo profesional comunicativo; a fin de enriquecer la currícula del plan de estudios de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva y poder ofrecer al mercado laboral los profesionales que demanda.
5. Organizar, difundir y promover eventos que fortalezcan la necesidad de vincular la teoría con la práctica.

Formación y Práctica Profesional es un área pequeña del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva; por lo tanto; no es compleja, requiere de poca formalización y la autoridad se centra en una sola persona. Como podrá apreciarse en el organigrama, el diseño de la organización es funcional, cada área tiene tareas específicas y su definida jerarquía facilita la coordinación; aunque por las actividades a desarrollar por cada elemento, es más orgánica que mecanicista. Aquí creo importante señalar que el diseño propuesto intenta evadir burocratismos mediante la división del trabajo, la especialización de funciones, la participación de pocos elementos en la estructura y como más adelante veremos, por la simplificación de normas y procedimientos administrativos; así como estrategias de flujo de información e intercambio de mensajes.

ORGANIZACION

ORGANIGRAMA DEL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL



ORGANIZACION

DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

UNIDAD ADMINISTRATIVA	FUNCIONES QUE REALIZA
RESPONSABLE DEL PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">- Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con el programa.- Coordinar y supervisar el trabajo de las áreas de APOYO, SERVICIO A LOS ALUMNOS, DIFUSION DE INVESTIGACION.- Establecer convenios con instituciones o empresas.- Fijar por escrito las condiciones en que se llevará a cabo la práctica profesional.- Seleccionar conjuntamente con el área de APOYO a los candidatos a realizar práctica profesional.- Servir de enlace en el establecimiento de convenios interinstitucionales.- Proveer de recursos humanos (prestadores de Servicio Social) y materiales (infraestructura y equipo de oficina), para el buen funcionamiento del programa.- Mantener relación directa con la jefatura de la carrera.- Llevar relación directa con la secretaria en la elaboración de cartas, oficios o cualquier otro documento de carácter oficial.
APOYO AL PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">- Asistir al RESPONSABLE DEL PROGRAMA en la planeación, organización dirección y control de actividades relacionadas con el programa.- Entrar en contacto con instituciones o empresas.- Seleccionar conjuntamente con el responsable del área a los candidatos para realizar prácticas profesionales.

ORGANIZACION

DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

UNIDAD ADMINISTRATIVA	FUNCIONES QUE REALIZA
	<ul style="list-style-type: none">- Canalizar alumnos a las instituciones.- Verificar el buen curso de la práctica profesional.- Informar al responsable del programa cualquier anomalía en el desarrollo de la práctica profesional.- Llevar al corriente el archivo del Programa.- Llevar el directorio de alumnos y empresas.
SECRETARIA	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar la documentación de carácter oficial.
SERVICIO A ALUMNOS	<ul style="list-style-type: none">- Proporcionar información detallada de las ofertas de <i>Práctica Profesional</i>.- Recibir documentación de alumnos interesados en realizar prácticas profesionales.- Notificar la aceptación o rechazo a las solicitudes presentadas por los alumnos.
DIFUSION	<ul style="list-style-type: none">- Difundir y promover las ofertas de <i>Práctica Profesional</i> al interior de la carrera.- Divulgar las actividades o eventos que el área organice.- Diseñar estrategias de comunicación que permitan el contacto permanente entre <i>Práctica Profesional</i> y los alumnos de la carrera.

ORGANIZACION

DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

UNIDAD ADMINISTRATIVA	FUNCIONES QUE REALIZA
INVESTIGACION	<ul style="list-style-type: none">- Realizar un seguimiento constante y sistemático de la práctica profesional para detectar necesidades, carencias, problemas, aportaciones de la escuela al campo laboral, etc. - Diseñar, proponer y ejecutar proyectos que permitan determinar el funcionamiento de <i>Práctica Profesional</i> tanto a nivel interno como externo, con el fin de mejorar el servicio ofrecido. - Construir y mantener una base de datos que permita identificar las necesidades teóricas, metodológicas y técnicas del campo profesional comunicativo; a fin de enriquecer la currícula de la licenciatura.

ORGANIZACION

El diseño de organización presentado (organigrama y descripción de actividades) refleja de manera esquemática, la posición de las unidades administrativas que participamos del *Programa de Formación y Práctica Profesional*, una relación, nivel jerárquico, canales de comunicación y líneas de autoridad. Por otra parte, la estructura funcional describe las actividades para cada una de las unidades. Sin embargo, resulta necesario explicar la manera en que se desarrollan ambos aspectos dentro del Programa.

El trabajo se desata cuando el RESPONSABLE DEL AREA inicia el contacto con instituciones o empresas interesadas en participar en el *Programa de Práctica Profesional*, él mismo fija por escrito las condiciones necesarias. El documento debe pasar a manos de APOYO quien abrirá el archivo de la organización; y asimismo, lo haga llegar a las áreas de DIFUSION, SERVICIO A ALUMNOS e INVESTIGACION, con el objeto de realizar sus actividades respectivas.

DIFUSION por su parte, promoverá la oferta al interior de la escuela, a través de los recursos de información disponibles; SERVICIO A ALUMNOS informará detalladamente a los alumnos interesados la oferta en cuestión, también es la encargada de recibir la documentación requerida y de ser quien notifique la aceptación o rechazo al candidato.

Cuando el alumno o recién egresado haya sido aceptado, el RESPONSABLE DEL PROGRAMA entregará a APOYO una carta de presentación, firmada por el jefe de la carrera y será ésta quien canalice al alumno a la institución participante y verifique constantemente el buen curso de la práctica. En caso de presentarse alguna anomalía en el desarrollo de la misma. APOYO informará al RESPONSABLE DEL PROGRAMA, para que éste dé una solución inmediata.

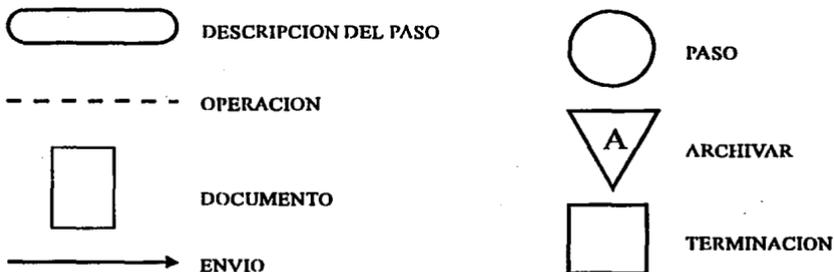
ORGANIZACION

Finalmente, **INVESTIGACION** se dedicará a realizar un seguimiento sistemático de la práctica profesional. De igual forma diseñará, propondrá e instrumentará proyectos de investigación destinados al mejoramiento del servicio ofrecido, y construcción de una base de datos que permita identificar las habilidades intelectuales y técnicas que el campo laboral demanda; a fin de enriquecer la currícula de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva y poder ofrecer al mercado laboral los profesionales que demanda.

B EJECUCION

O en otras palabras, cómo operar de tal forma que exista coordinación, dirección y control al interior de nuestro sistema organizacional llamado *Formación y Práctica Profesional*. Ya en el apartado anterior han quedado definidos los cargos y sus respectivas funciones y relaciones, ahora resulta pertinente describir los pasos a seguir para el logro de objetivos y metas. Nuestro punto de partida será la presentación esquemática de los procedimientos estrictamente necesarios en un DIAGRAMA DE FLUJO, el cual acompañaremos de una explicación de los pasos a seguir para el buen desarrollo del Programa. FIG. 3

La forma en que está organizado el diagrama es secuencial y abarca los siete elementos que participan en *Práctica Profesional*: la institución o empresa participante, el responsable del programa, el personal de apoyo, difusión, servicio a alumnos, investigación y los alumnos practicantes. La simbología utilizada tendrá el siguiente significado:



EJECUCION

Pero, ¿cuáles son los pasos a seguir para ofrecer eficaz y eficientemente el servicio de *Práctica Profesional* ?:

- 1° EL RESPONSABLE DEL PROGRAMA solicita, ya sea por escrito o de manera verbal, la posibilidad de realizar prácticas profesionales en una institución pública o privada. Esto con el fin de que ambas partes contribuyan en la formación académica y profesional de los futuros egresados de comunicación.

- 2° Ambos elementos fijarán por escrito, a través de un convenio, las condiciones en que se llevará a cabo la *práctica profesional*. Aquí se plantearán los objetivos generales del programa, el área de trabajo, departamento o proyecto en que participarán los alumnos, número de practicantes requeridos, fechas de inicio y conclusión del programa, horario y responsables del programa por ambas partes.
Asimismo se incluirá en el convenio, el documento INFORMACION DE LA EMPRESA PARTICIPANTE (*VER ANEXO 1*); en el que se precisa la información pertinente para el buen desarrollo de las prácticas profesionales.

- 3° Una vez realizado el convenio y teniendo en mano la información referente a la empresa, APOYO registra la documentación para abrir el archivo de la institución participante; de igual forma hará llegar el formato INFORMACION DE LA EMPRESA PARTICIPANTE, a las áreas de DIFUSION, SERVICIO A ALUMNOS E INVESTIGACION.

EJECUCION

- 4.° Tras haber registrado la información de la empresa, **DIFUSION** se encargará de dar a conocer la oferta de práctica profesional al interior de la carrera. Para ello utilizará los recursos informativos disponibles. **(VER CAPITULO 2)**.
- 5.° Cuando llega la información de la institución participante a **SERVICIO A ALUMNOS**, ésta la registrará y procederá a informar detalladamente a los estudiantes que acudan directamente al cubículo, sobre la oferta en cuestión y/o las disponibles en el programa.
- 6.° **SERVICIO A ALUMNOS** se encargará de recibir la documentación requerida: solicitud de ingreso **(VER ANEXO 2)**, copia del último historial académico o carta de créditos, y copia del curriculum vitae.
- 7.° A **SERVICIO A ALUMNOS** le corresponde hacer llegar al estudiante la respuesta a su solicitud, a más tardar diez días hábiles después de haber sido entregada la documentación requerida.
- 8.° Por su parte, **INVESTIGACION** únicamente registrará la información de la empresa participante y utilizará los datos necesarios para apoyar su labor.
- 9.° Una vez elegidos los candidatos, **APOYO** los canalizará directamente a la organización, ya sea para entrevista o para el inicio formal de la práctica profesional. En ambos casos, **APOYO** entregará al alumno o egresado una carta de presentación dirigida al **RESPONSABLE DEL PROGRAMA AL INTERIOR DE LA EMPRESA**. **(VER ANEXO 3)**.

EJECUCION

- 10.º Mensualmente APOYO realizará el seguimiento de la práctica profesional para verificar su buen curso. En caso de notar alguna anomalía o violación al reglamento, notificará al RESPONSABLE DEL AREA el problema y ambos determinarán qué hacer.**

- 11.º Una vez concluida satisfactoriamente las prácticas profesionales se elaborará la CONSTANCIA DE PARTICIPACION; así como la CARTA DE AGRADECIMIENTO A LA INSTITUCION PARTICIPANTE. Esta irá acompañada de un breve cuestionario que permita al área de INVESTIGACION formar una base de datos con la información relativa a cuáles son las habilidades intelectuales y técnicas que el mercado laboral demanda de los profesionales de la comunicación; a fin de actualizar la currícula de la licenciatura.
(VER ANEXO 6).**

EJECUCION

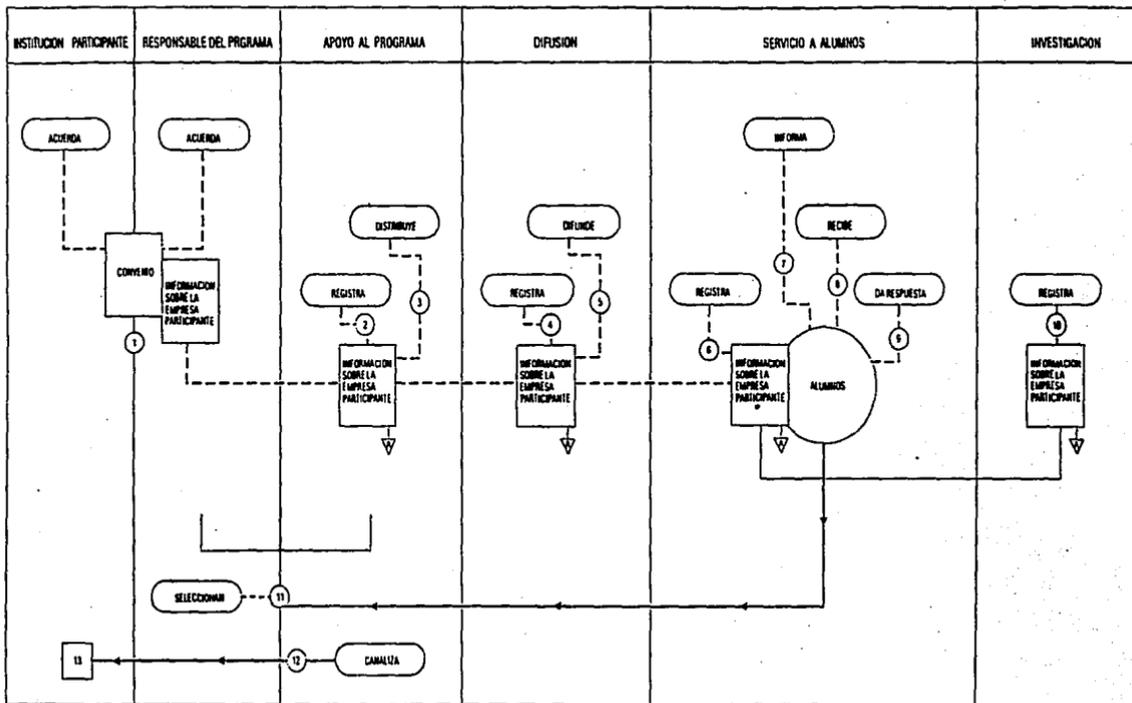


FIG. 3 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL

C DISCIPLINA

Disciplina, normas, políticas, criterios, lineamientos, o lo que es lo mismo "*soluciones rápidas a malos entendidos*". El objetivo es facilitar el cumplimiento de las responsabilidades de las instancias que participan en el *Programa de Formación y Práctica Profesional*.

Lo que si es cierto es que un reglamento establece un marco de acción en asuntos relacionados con nuestras tareas diarias y genera por tanto, seguridad en la comunicación interna de todas las unidades administrativas. Nuestro fin con la creación de este apartado es informar a las instituciones o empresas participantes, alumnos interesados en realizar prácticas profesionales y componentes de nuestra organización, sobre qué hacer ante posibles situaciones. De esta manera, presentamos la siguiente propuesta de reglamentación para *Práctica Profesional*.

REGLAMENTO DEL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL

OBJETIVOS GENERALES

Formación y Práctica Profesional es el área de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva encargada de vincular la actividad académica con la práctica profesional comunicativa; además de enfrentar a los futuros egresados a fenómenos concretos, tanto laborales como de profesionalización.

DISCIPLINA

¿ En qué consiste el trabajo de *Práctica profesional* ?. En establecer acuerdos para la realización de prácticas profesionales con empresas, ya sea de carácter público o privado, dedicadas a la comunicación; o bien, que utilicen ésta como vía de agilización para el logro de sus metas. El alumno o recién egresado -a través de un proceso de selección acordado por los responsables del programa y los representantes de las empresas o instituciones participantes- tendrán la oportunidad de conocer el mercado laboral comunicativo en sus diferentes áreas; aplicar e integrar los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera a las necesidades del campo profesional en comunicación; vincular teoría y práctica como parte de su formación académica; delimitar su perfil profesional; y en algunos casos, ofrecer y permitir el desarrollo del tema para la titulación.

Características.

1. Se considera como práctica profesional toda actividad que permita la aplicación e integración de los conocimientos teóricos adquiridos en la escuela a las necesidades que exige el campo laboral en materia de comunicación; esto con el fin de contribuir en la formación académica y profesional de los futuros egresados.

2. La práctica profesional se realizará únicamente en instituciones o empresas, públicas o privadas dedicadas a la comunicación; o bien, que utilicen ésta como instrumento fundamental en el desarrollo de sus actividades.

3. La duración de las prácticas profesionales será de tres meses; contemplándose cuatro horas diarias de trabajo de lunes a viernes, ya sea por las mañanas o por las tardes. Puede suceder que dadas las características, necesidades e intereses, la organización participante plantee la posibilidad de otro tipo de

DISCIPLINA

horario; ya sea los fines de semana; dos o tres días por semana; proyecto de menos o más de tres meses; etc... Será el responsable del programa en la escuela quien acepte o rechase la oferta, pensando en los objetivos del organismo y la conveniencia para los alumnos.

4. Puede darse el caso de que la empresa participante se interese únicamente por la planeación diseño y ejecución de un proyecto específico; que no requiera la presencia diaria del practicante.

5. La práctica profesional deberá iniciarse y concluirse en la misma institución de adscripción.

6. Todo trabajo propuesto por la organización participante será puesto a consideración de los responsables de **Formación y Práctica Profesional** mediante un escrito; en el cual se precisará el tipo de empresa; las actividades que desarrolla; áreas en que se compone; actividades que propone para la realización de la práctica profesional; tiempo; horario; perfil y número de practicantes.

7. **Formación y Práctica Profesional** depende directamente de la Jefatura de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP - Acatlán; y toda modificación con respecto a su estructura, funcionamiento, operación y reglamentación vendrá de la jefatura en cuestión, auxiliada por el responsable del área.

8. **Práctica Profesional** estará coordinada por profesores de la carrera con la colaboración de prestadores de servicio social, preferentemente alumnos o egresados de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva.

DISCIPLINA

Responsabilidades.

De la Escuela.

- Establecer acuerdos permanentemente con instituciones o empresas. (*VER ANEXO 4*).
- Fijar por escrito las condiciones bajo las cuales se desarrollará la práctica profesional.
- Auxiliar al alumno en cualquier problema relacionado con la práctica profesional.
- Entregar constancia de participación al alumno que haya concluido satisfactoriamente una práctica profesional.
- Otorgar un reconocimiento oficial a las empresas participantes.
- Mantener el contacto con las organizaciones participantes para la continuación del programa; asimismo intercambiar con ellas la información necesaria para el desarrollo de un trabajo conjunto.
- Servir de enlace en el establecimiento de convenios interinstitucionales, en caso de que ambas partes se interesen en darle continuidad y permanencia al programa.
- Dar continuidad a los convenios realizados.

DISCIPLINA

- Difundir y promover el *Programa de Formación y Práctica Profesional* con los alumnos de la carrera, motivando la participación en el mismo.
- Organizar eventos que fortalezcan la necesidad de vincular la teoría con la práctica.
- Construir una base de datos que permita identificar las necesidades teóricas, metodológicas y técnicas que el mercado laboral demanda del profesional de la comunicación.
- Difundir entre la comunidad de Periodismo y Comunicación Colectiva las ofertas para la realización de prácticas profesionales, así como las características de las mismas.
- El responsable de *Práctica Profesional* será quien decida sobre el tipo de sanción en caso de haber incumplimiento por parte del alumno o la institución participante.
- Informar cada semestre a la jefatura de la carrera los resultados, avances, problemas, experiencias, etc. del programa.

Restricciones.

- Una vez notificada al alumno su aceptación en el programa no podrá negársele el acceso, a menos que no haya cumplido con algún requisito o, que la empresa suspenda la práctica.

DISCIPLINA

- No podrá negar la constancia de participación en el programa, a quien demuestre haber cumplido con la institución y con los trámites escolares correspondientes.

Del Alumno.

- Los requisitos para ingresar al *Programa de Formación y Práctica Profesional*, son los siguientes:
 - Ser alumno de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP - Acatlán.
 - Cursar entre el sexto y noveno semestre; o bien, ser recién egresado de la licenciatura. El tiempo límite para poder participar en el programa será hasta seis meses después de haber concluido la carrera.
 - Ser alumno regular.
 - Tener promedio mínimo de ocho.
 - Llenar la solicitud de ingreso y entregarla dentro de los plazos establecidos; anexando los siguientes documentos:
 - Copia del último historial académico. En caso de ser egresado se presentará la constancia de créditos.
 - Copia del curriculum vitae.

DISCIPLINA

- **Cubrir el cien por ciento del horario y fechas establecidas. En caso de inasistencia eventual con previo aviso y autorización, deberá cubrirse el tiempo faltante.**
- **Ser puntual y responsable.**
- **Realizar con rapidez, calidad, cuidado, precisión y tiempo estimado el trabajo asignado.**
- **En caso de que el alumno necesite ausentarse de la práctica profesional, por razones personales, deberá notificarlo al responsable del programa dentro de la empresa y al de la universidad; comprometiéndose a recuperar el tiempo en horarios programados.**
- **Presentarse a la entrevista e inicio de la práctica profesional en las fechas y horarios acordados.**
- **En caso de faltar tres días consecutivos a la práctica profesional sin justificación alguna, el alumno será dado de baja del programa, negándosele continuar participando en el mismo.**
- **Se sugiere al alumno tramitar su seguro médico universitario por cualquier percance ocurrido durante el desarrollo de la práctica profesional.**
- **Al concluir su participación en el *Programa de Formación y Práctica Profesional*, el alumno entregará a la escuela un informe de actividades**

DISCIPLINA

realizadas en la empresa. El documento deberá tener el visto bueno del responsable del programa en la empresa participante y deberá contener la siguiente información:

-Actividades realizadas durante la práctica profesional.

-Problemas afrontados.

-Logros.

-Experiencias.

-Sugerencias para mejorar el Programa.

Restricciones.

- Queda prohibido para el alumno colaborar en trabajos externos involucrados con clientes de la empresa o instituciones que compitan con ella.
- Los materiales, equipos, manuales, papelería o cualquier instrumento de trabajo no podrá usarse en beneficio personal o de terceros.
- No hacer uso de las instalaciones, equipo y materiales para realizar trabajos personales; al menos que se cuente con un permiso por parte del responsable del programa en la institución.

DISCIPLINA

- No podrá aceptar ninguna relación laboral con los clientes o competidores de la empresa, que persiga fines de lucro.
- El alumno no podrá ser contratado por la institución participante mientras dure la práctica profesional.
- En caso de no cumplir con lo estipulado en este reglamento se hará merecedor de una sanción, que podrá ir desde una amonestación hasta la suspensión definitiva del programa. (*VER ANEXO 5*).

De la Empresa o Institución Participante.

- Fijar conjuntamente con el responsable de *Práctica Profesional*, las condiciones bajo las cuales se desarrollará la práctica. Aquí se precisarán los objetivos generales del programa; el área de trabajo, departamento o proyecto en que participarán los alumnos; número de participantes requeridos; fechas de inicio y término; horario; y responsable del programa al interior de la organización.
- Llenar el formato **INFORMACION DE LA EMPRESA PARTICIPANTE**, el cual contiene:
 - Nombre de la empresa o institución.
 - Dirección.

DISCIPLINA

- Responsable del programa (teléfono, extensión y horario en que se encuentra).**
- Tipo de Organización.**
- Actividades que realiza.**
- Programa, área de trabajo o departamento, y proyecto que se propone para la realización de la práctica profesional.**
- Objetivos.**
- Justificación.**
- Trabajo a desarrollar.**
- Número de personas requeridas.**
- Perfil personal, académico o profesional de el (los) alumnos.**
- Fecha en que se requieren (día/mes/año).**
- Horario.**
- Observaciones.**
- Visto bueno del responsable del programa en la escuela.**

DISCIPLINA

- **La empresa tendrá la oportunidad -si así lo desea- de entrevistar previamente a los candidatos, para elegir de entre ellos a los practicantes que requiera.**
- **Asignarles a los alumnos desde el inicio de la práctica profesional las tareas acordadas con la escuela.**
- **Respetar el tiempo y horario de la práctica.**
- **Brindar las condiciones de higiene, seguridad y un ambiente favorables a los practicantes.**
- **Notificar al *Programa de Formación y Práctica Profesional* cualquier problema con el alumno.**
- **Proveer al alumno de los materiales e instrumentos indispensables para la ejecución de las tareas asignadas. Asimismo, de darle las indicaciones o capacitación necesarias para la ejecución de su trabajo.**
- **Dar el visto bueno al informe de actividades del alumno, una vez concluida satisfactoriamente su práctica profesional.**
- **Queda abierta la posibilidad para la empresa, durante la práctica profesional de:**
 - Brindar al alumno una ayuda económica para transporte y/o comidas.**

DISCIPLINA

-Darle servicio médico en caso de enfermedad o accidente ocurrido durante la realización de su trabajo.

-Invitarlo a cursos, seminarios, talleres, conferencias o cualquier otro evento que contribuya a su formación académica y profesional.

Restricciones.

- **La empresa no podrá forzar al alumno a trabajar más del tiempo y horario estipulados, pero sí puede modificarlos siempre y cuando el estudiante esté de acuerdo y haya sido notificado a la escuela.**
- **No podrá cambiar sin previo aviso y aceptación de la escuela, las funciones asignadas al practicante.**
- **No podrá suspender la práctica antes del tiempo acordado, a menos que el alumno y la escuela no cumplan con lo señalado en este reglamento, o acuerdos específicos.**
- **En caso de no cumplir con las condiciones acordadas y/o lo estipulado en este reglamento, la empresa se hará acreedora a una sanción que puede ir desde una amonestación hasta la suspensión del convenio.**

II COMUNICAR PARA EQUILIBRAR. ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FLUJO DE MENSAJES.

Dar movimiento, dinamismo, cohesión, solidez, permanencia, evitar conflictos y facilitar los acuerdos, estimular y motivar, ser instrumento en la toma de decisiones y en la coordinación de actividades, dirigir acciones conjuntas y de manera armónica... en una sola palabra *equilibrar* ; esa es la función de la comunicación al interior de un sistema social.

En el capítulo que nos ocupa intentaremos presentar, describir e ilustrar algunas estrategias comunicativas que permitan al *Programa de Formación y Práctica Profesional* regular sus actividades; lo anterior tomando en cuenta que una buena administración requiere de una comunicación eficaz y eficiente. Pero para lograrlo, es necesario partir de los siguientes principios:

1. Para aplicar la comunicación en la organización es necesario comprender ampliamente el fenómeno de la comunicación humana.
2. Estar familiarizado con las características y manejo de los medios de comunicación existentes, a fin de hacer mejor uso de ellos.
3. Tener bases teóricas, metodológicas y técnicas acerca de cambios de actitud y comportamientos humanos.
4. Tener conocimientos generales de administración de empresas, teorías de la organización, estructuras organizacionales y saber cómo se relaciona la organización con la sociedad.

5. La comunicación dentro de la organización no aspira a la manipulación de conciencias, mediante discursos persuasivos; sino a la *"interconstrucción"* recíproca de los interlocutores, unidos por la idea común de transformarse asimismos y de transformar su realidad. Todo esto en un contexto definido: *la organización*.

Para dar inicio a este apartado, es necesario definir los conceptos de comunicación humana y comunicación organizacional, ya que ambos servirán de ejes en el trazo del cuadro de operaciones comunicativas que se presenta al final de la unidad. Partiendo de los factores a considerar en la elaboración de un concepto de comunicación, que se señalan en la *Figura 4*, consideraremos de vital importancia dentro del intercambio de mensajes, conocer las circunstancias individuales y sociales del *"otro"*. En este sentido, el *Programa de Práctica Profesional* debe procurarse un conocimiento amplio de la comunidad estudiantil a la que dirige su servicio, así como de las instituciones o empresas interesadas en vincularse con la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP - Acatlán; concretamente estamos hablando de las necesidades académicas, profesionales y laborales que además de haber dado origen al área de *Práctica Profesional*, la mantienen y le dan sentido. De igual forma existe la necesidad de conocer aquellos elementos internos y externos que rodean a alumnos y empresas, y que sirven a la persuasión.

Tomando como base la información de la *Figura 4*, en la que partimos de los planteamientos de Bordenave y Carvalho, entenderemos a la comunicación en general como *el proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra; implica el intercambio de información, ideas, emociones y*

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

FACTORES A CONSIDERAR EN LA ELABORACION DE UN CONCEPTO DE COMUNICACION

1. Los sujetos como producto de la estructura social.
2. La existencia de dos o más interlocutores y una realidad objetiva.
3. Cada interlocutor formará en su mente un significado diferente de la realidad objetiva que se aborde. Según sus experiencias vivenciales, afectivas, intelectuales y físcas, y de acuerdo al grado de su consciencia.
"Por otra parte la diversidad de significados está asociada a diferencias importantes en una serie de repertorios personales de los interlocutores, repertorio de experiencias, de valores, de expectativas, de conocimientos, de actitudes, de intenciones, de signos, de hábitos, de comunicación, de lealtad a grupos, etc..." (Bordenave, Planificación, p.90)
4. Hay un aprendizaje recíproco de signos, pues ambos actores incorporan a sus vocabularios nuevos términos, gestos, símbolos, la comunicación puede alterar significados y repertorios.
5. La contradicción de opiniones y sentimientos es importante en la comunicación, ignorarla, sería ignorar nuestra propia existencia o la de otra persona (o grupo social), dialogar (comunicar) es compartir y no siempre cambiar.
Algunas formas para eliminar la "contradicción" son el dominio, la violencia, el autoritarismo, la represión, y hasta la eliminación física.
6. El emisor es el que tiene la intención de comunicar.
7. Debemos reconocer que los otros existen y son ellos quienes validan nuestro mensaje.
8. Debemos reconocer nuestra capacidad de colocarnos en la posición del otro y "adoptar aunque sea en la imaginación, el punto de vista de este último". (Bordenave, Planificación y..., p.96)
La empatía facilita la alteración de significados.
9. Generar interlocutores de "mente abierta" seres capaces de mantener sus sistemas de significados separados de su emocionalidad.
Aquí, la comunicación interpersonal es fundamental para generar libertad de expresión y confianza, flexibilidad e interdependencia.



10. Bordenave y Carvalo citan a Pierre Vigier Dubois para definir el concepto de discurso como "el trabajo de selección, exclusión, combinación, organización de elementos de una realidad concreta, de una parte de la realidad, que realizamos con un sentido". (Bordenave, Planificación..., p.99).
Debemos hacer hincapié que es necesario conocer cuales son las características y prácticas particulares del receptor para saber como construir nuestro mensaje (discurso) y que significación queremos producir, es importante tomar en cuenta para su construcción el desarrollo de pensamiento, conciencia y proceso de enseñanza-aprendizaje.

Fig. 4 FACTORES A CONSIDERAR EN LA ELABORACION DE UN CONCEPTO DE COMUNICACION

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

experiencias, a través signos y símbolos lingüísticos y no lingüísticos. En este sentido la comunicación es:

- a) **Un proceso dinámico.** La comunicación es un instrumento de interacción social, es *"el tejido de nuestra cultura"* - dirían Juan Díaz Bordenave y Horacio Martins de Carvalho - ; por tal motivo está sujeta a importantes transformaciones dadas por el devenir histórico.

- b) **Recíproca.** *"El significado que se le asigne a una señal tan solo será similar por varias personas en la medida en que todas posean la misma agudeza sensorial, campos de percepción, experiencias paralelas y necesidades y propósitos similares". (BORDENAVE, PLANIFICACION Y... P.114).*

- c) **Personal.** Nuestras experiencias ambientales (sociales y culturales) y psicológicas hacen que la información que recibimos del medio ambiente la clasifiquemos de cierta manera y le demos una respuesta a nuestras circunstancias. Según sean nuestras necesidades, valores, sentimientos y experiencias, responderemos o ignoraremos el mensaje recibido.

Aquí surge la necesidad de construir expresiones que desemboquen en conocimientos, actitudes y/o comportamientos intencionados por el emisor.

- d) **Es seriada.** El problema de esta característica es que a mayor reproducción del mensaje, mayor probabilidad de distorsión.

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

Retomando las primeras apreciaciones en torno a la comunicación organizacional, y la definición y características de la comunicación humana; identificaremos a la primera como *el sistema de flujos de información e intercambio de mensajes necesarios para el funcionamiento, regulación y ajuste del organismo social*. Recordemos que hasta el momento consideramos a la organización como un conjunto de elementos interdependientes e interrelacionados; y siguiendo esta lógica, podemos decir que la comunicación institucional es un sistema inserto en un sistema administrativo. Y según Goldhaber supone tres características:

"1. La comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influido e influye al medio ambiente.

2. Implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado.

3. Presupone la participación de personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades". (GOLDHABER, COMUNICACION ORGANIZACIONAL..., P.23).

Otros aspectos a considerar en la elaboración de estrategias comunicativas para el *Programa de Formación y Práctica Profesional*, son las funciones que la comunicación cubre al interior de una empresa. La *Figura 5*. muestra cómo el intercambio de mensajes busca generar efectos deseados por parte del emisor sobre el comportamiento del interlocutor, por un lado (HACER PARTICIPAR, PERSUADIR E INTEGRAR); y por el otro establecer relaciones humanas que coadyuven en las operaciones del organismo (INFORMAR, REGULAR Y

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

FUNCION DE LA COMUNICACION DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES

DESCRIPCION	FUNCION
- INFORMAR PARA CONOCER/ORIENTAR	INFORMATIVA
- PROMOVER LA PARTICIPACION	PARTICIPATIVA
- DIRIGIR LA ATENCION SOBRE LO QUE ES IMPORTANTE PARA LOS FINES DE LA EMPRESA/COADYUVAR INDIRECTAMENTE EN EL CAMBIO O REORIENTACION DE ACTITUDES Y PRACTICAS FUERTEMENTE ARRAIGADAS Y VALORIZADAS.	PERSUASIVA
- PROMOVER LA PARTICIPACION INTERPERSONAL O GRUPAL Y POR ENDE, LA INSTITUCIONAL.	INTEGRADORA
- COMUNICAR LAS NORMAS Y POLITICAS ORGANIZACIONALES	REGULADORA
- APORTAR ELEMENTOS QUE CONTRIBUYAN A SABER COMO ACTUAR ANTE DETERMINADAS SITUACIONES, INDIVIDUAL Y COLACTIVAMENTE.	DE ASESORIA U ORIENTADORA

FIG. 5 FUNCION DE LA COMUNICACION DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

ASESORAR U ORIENTAR). En el cuadro que se presenta al final del capítulo están señaladas las funciones a cubrir por los mensajes diseñados, los cuales derivan de la estrategia comunicativa propuesta para cumplir con las actividades del programa.

En cuanto a las operaciones comunicativas resulta importante comenzar a señalar que éstas toman en cuenta todos los mecanismos posibles y reales de comunicación existente en la carrera, tales como el *diálogo interpersonal, la interacción localizada, la interacción grupal, la transmisión abierta masiva y la entrega individual selectiva*; las cuales definimos y simbolizamos en el **CUADRO DE ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FLUJO DE MENSAJES DEL PROGRAMA PILOTO "FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL"**. Cabe mencionar que el objetivo de estas prácticas es ser soporte y actividad dentro del proyecto.

Ahora bien, tomando como punto de partida las actividades que derivan de la propuesta administrativa de *Práctica Profesional (Ver Capítulo I)*; nuestro objetivo en términos comunicativos radica en alcanzar a la comunidad de la carrera y empresas, para ello debemos utilizar estímulos específicos (mensajes), cuya finalidad sea contribuir a las metas del área y por ende, a los de la Universidad misma. Bajo este esquema se muestra en la *Figura 6* la **REPRESENTACION GRAFICA DEL DISEÑO COMUNICATIVO PROPUESTO PARA EL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL**, en ella aparecen las instancias que participan activamente en el proyecto: alumnos (considerados como público interno), empresas o instituciones públicas o privadas (identificadas como público externo) y el programa mismo; las tres están inmersas dentro de un proyecto académico de la Jefatura de Periodismo y Comunicación

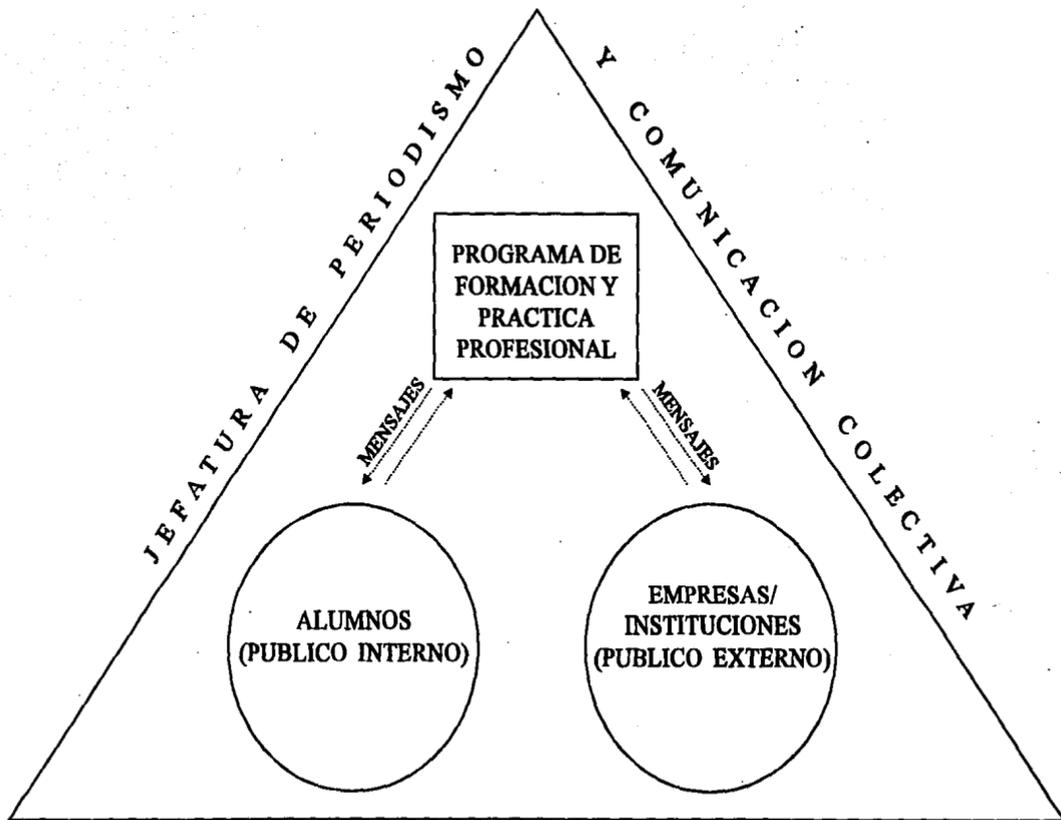


FIG. 6 REPRESENTACION GRAFICA DEL DISEÑO COMUNICATIVO PROPUESTO PARA EL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

Colectiva, de ahí que gráficamente se represente englobando dichas instancias y sus relaciones comunicativas.

El organismo, a través de sus sistemas de comunicación entra en contacto con su medio ambiente del cual forman parte sus públicos de esta forma elabora mensajes que envía, a través de diferentes medios para afectar y dejarse afectar por sus públicos, con ello propicia la consecución de sus objetivos como los de aquellos.

Práctica Profesional pretende producir impactos en el conocimiento del "otro"; en sus actitudes y en las conductas que éste manifieste. Es la necesidad de realizar prácticas profesionales como parte de la formación académica de los alumnos de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, y la necesidad de vincular el trabajo escolar con el campo laboral comunicativo; el común denominador entre el programa y sus públicos interno y externo; esto es lo que dará significado y sentido a nuestra labor.

Partiendo de lo expuesto, hagamos una serie de consideraciones en torno a las operaciones de carácter comunicativo que se proponen para alcanzar el conjunto de metas establecidas en el capítulo I:

1. Los niveles de comunicación a trabajar en el Programa son:
 - a) De grupos entre sí; es decir de miembros pertenecientes a una misma comunidad.

FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL ——— ALUMNOS

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

- b) De organización. Entendida como la relación establecida entre dos o más instituciones reconocidas socialmente.

ESCUELA ——— EMPRESAS / INSTITUCIONES

- 2. Los mensajes son informaciones significativas sobre personas, objetos y acontecimientos generados durante interacciones humanas. Como se observará en el **CUADRO DE ESTRATEGIAS**, los mensajes son presentados de manera escrita, oral y audiovisual esto, tomando en cuenta las prácticas comunicativas de nuestra escuela y los recursos materiales disponibles.

Dicho intercambio de expresiones con nuestros públicos (alumnos y empresas) será fuente de retroalimentación en la mejora continua del servicio de prácticas profesionales de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva.

- 3. Encontramos tres propósitos del flujo de mensajes:
 - a) De tarea. Dirigidos a la producción del sistema. (INFORMAN).
 - b) De mantenimiento. Su objetivo es darle vida al sistema para perpetuarlo. (REGULAN).
 - c) Humanos. Se dirigen a las personas de la organización, afectando los sentimientos, relaciones interpersonales, la moral y el concepto que los públicos tienen de sí mismos (PERSUADEN E INTEGRAN).

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

De acuerdo a nuestras características y objetivos organizacionales, emplearemos los tres tipos.

4. Las redes de comunicación a utilizar son:
 - a) Formales. Los mensajes siguen caminos oficiales dictados por la jerarquía de la organización. Pueden ser descendentes y ascendentes:

En la comunicación descendente se ubican los mensajes de tarea y mantenimiento que aplicados a nuestro trabajo corresponden a la función del manual operativo, en el cual se precisan los objetivos y metas de **Práctica Profesional**, su organización y estructura funcional, los lineamientos a seguir en la toma de decisiones para el logro de objetivos, y procedimientos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa; y por otra parte, a las entrevistas que se realicen tanto con empresas como con instituciones; juntas de trabajo del equipo de **Práctica Profesional**; conferencias informativas; eventos públicos formales; ZOOM IN, boletín informativo del área; el periódico mural con buzón de sugerencias; carteles; el órgano informativo de la ENEP -Acatlán, "ULTIMA HORA"; el medio informativo del Centro Cultural Acatlán, "LABERINTO"; el periódico mexiquense "ADELANTE EN LA NOTICIA"; los telefonemas y envíos de fax.

La comunicación ascendente tiene como fin mejorar la actitud de nuestros públicos (interno y externo). Son mensajes humanos tendientes a la

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

retroalimentación , son indispensables para una planeación eficaz, la toma de decisiones, motivación y evaluación. Además, según Schole (1959) "*disminuyen la tensión emocional y las presiones*". (IBIDEM... P.135). Aquí es importante diseñar, elaborar y ejecutar instrumentos que permitan la retroalimentación, tales como entrevistas personales, visitas, buzones de sugerencias, etc.

- b) Informales. Los mensajes no fluyen siguiendo las líneas escalares o funcionales, y "*ofrecen una red para difundir ciertos mensajes que no pueden enviarse de manera formal; proporcionan información sobre los sentimientos de los públicos; son una salida para los mensajes cargados de emoción que, en caso de no ser expresados fomentarían hostilidad entre las áreas participantes*". (IBIDEM... P.142).

La desventaja de esta comunicación es que puede propagar rumores falsos. Esta modalidad expresiva es fundamental en el mejoramiento de nuestro servicio, está presente en las estrategias de *diálogo interpersonal e interacción grupal*, las cuales permitirán obtener información sobre individuos y grupos, que como hemos mencionado no viajan por las redes formales pero permite el ajuste y regulación del sistema social.

- 5) Finalmente, debemos hacer una distinción en lo que Bordenave y Carvalho denominan "*patrones de producción, difusión y recepción de mensajes*" o flujos de comunicación. Aquí encontramos:

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

- a) Flujos multilaterales. *"No existe fuente dominante, todos los elementos participantes del sistema controlan la emisión y difusión de los mensajes". (BORDENAVE, OB. CIT., P.228).*
- b) Flujos unilaterales. *"El flujo es controlado por la fuente del mensaje, quedando a cargo de los receptores el control de la recepción y el uso, con pocas oportunidades de retroalimentación". (IBIDEM., P.225).*

Dado que nuestro interés como sistema social radica en influir y poder ser influidos por el medio ambiente, se ha puesto especial importancia en el flujo multilateral por ser éste el que aporta la información suficiente para consolidar y dar permanencia al **Programa de Formación y Práctica Profesional**. El flujo unilateral será una herramienta valiosa en la transmisión de mensajes dirigidos a una colectividad, y su función es contribuir al fortalecimiento del área.

Los cinco puntos anteriores nos servirán para clasificar las operaciones expresivas que nos proponemos; realmente lo más interesante del cuadro está en las estrategias mismas, su descripción, el público al que se dirige; así como el efecto deseado por cada una de las tácticas presentadas. Sin embargo, el cuadro no puede cumplir con sus objetivos sino se consideran los siguientes factores como fundamentales en la comunicación humana:

1. El significado no es transmisible; únicamente podemos transmitir signos y símbolos en procesos de comunicación.

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

2. La responsabilidad del acto comunicativo recae en el emisor, pues es quien debe estructurar el mensaje de la manera más conveniente para que éste pueda ser comprendido adecuadamente por el receptor.
3. En el proceso comunicativo los sistemas de retroinformación son esenciales para poder alcanzar el éxito en proceso. Esta retroinformación frecuentemente no se da de manera verbal, sino más bien, a través de las múltiples formas de comunicación. Es utilizada por el emisor para tomar decisiones acerca de su subsiguiente conducta comunicativa.
4. La comunicación supone un proceso probabilístico, más que determinístico, todo mensaje tiene una probabilidad de éxito, más no de certeza.
5. La fuente y el emisor de un mensaje jamás tendrán exactamente el mismo significado, aún cuando compartan el mismo lenguaje.
6. En todo acto comunicativo, como se ha señalado, debemos estar conscientes de quién es nuestro receptor para estructurar nuestro mensaje en función de sus circunstancias, características y necesidades.
7. No debemos olvidar que el objetivo de la comunicación es el receptor y los efectos que se produzcan en él, no en el mensaje.

Retomando estas consideraciones y lo que hasta el momento hemos abordado, es necesario subrayar que el objetivo de la comunicación institucional que nos proponemos con este manual es afectar a los receptores (alumnos y empresas) a

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

través de mensajes para ocasionar en ellos conocimientos, actitudes o conductas, y así cumplir con los objetivos organizacionales que emanan de la propuesta administrativa. Pero aquí debemos manejarnos con cuidado, ya que *"si un público se siente manipulado por el emisor sin recibir a cambio beneficios, desarrollará sentimientos de frustración, de rabia y oposición a los propósitos que persigue el emisor"*. (MURIEL, COMUNICACION INSTITUCIONAL..., P.205).

Finalmente, considero pertinente retomar algunos principios para la estructuración de mensajes que María Luisa Muriel y Gilda Rota desarrollaron en su texto *Comunicación Institucional: un enfoque de relaciones humanas*; los cuales guardan estrecha relación con las investigaciones de Carl I. Hovland de la Universidad de Yale. Lo anterior con el fin de ser considerados como "tips" en la construcción de expresiones comunicativas del *Programa de Formación y Práctica Profesional*, y así fortalecer sus actividades.

I. Cómo presentar los hechos.

- a) Presentar la conclusiones del mensaje o argumento en lugar de dejar que el auditorio saque las suyas propias.
- b) Presentar algunas formas entretenidas pero moderadas de justificación conjuntamente con el mensaje para incrementar la efectividad de las apelaciones persuasivas.
- c) Presentar sólo una versión ante situaciones controvertidas. Cuando el auditorio pueda escuchar la otra versión por alguna otra fuente, deben presentarse ambos lados del argumento.

- d) Cuando se presentan ambas versiones de un tópico controvertido, algunas variables determinan cuál versión debe presentarse primero y cuál después; para que los resultados sean más efectivos.
- e) Los argumentos con los cuales se quiera afectar a los receptores, deben presentarse al principio y al final del discurso, pues serán mejor recordados que los argumentos presentados en medio.
- f) La información por sí sola no cambia actitudes.
- g) Algunas veces las apelaciones emocionales son más eficaces; otras, las argumentaciones racionales lo son. La eficacia de una argumentación depende de la clase de mensaje y auditorio.
- El uso del lenguaje afectivo o emocional comunica significados connotativos intensos.
 - Asociar los nexos emocionales que se tengan con el público a las ideas que se intentan comunicar.
 - Asociar las ideas con elementos visuales y no verbales puede despertar emociones. Aquí es importante cuidar el grado de temor que se genere.
- h) El sentido del humor no es una técnica persuasiva efectiva.

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

II. Circunstancias que influyen en el impacto de los mensajes.

- j) La conducta diaria de un individuo puede ser influida por personas desconocidas.
- k) Las personas más ligadas al grupo están probablemente menos influenciadas por las comunicaciones externas.
- l) Las opiniones personales que la gente hace saber a otros individuos son más difíciles de cambiar que las opiniones que se mantienen en privado; ya que al hacer públicas las opiniones personales, se adquiere un compromiso ante los demás.

III. Duración del cambio de actitud.

- m) Los efectos de una comunicación persuasiva tienden a desaparecer con el tiempo.
- n) Muchos cambios de opinión ocurren tiempo después de haber recibido los mensajes.
- ñ) El cambio de opinión persistirá durante un período largo de tiempo, sólo si la apelación persuasiva es:
 1. Repetida a través del tiempo y/o
 2. Requiere de la participación activa del auditorio.

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

IV. Los miembros del auditorio como individuos.

- o) La gente generalmente selecciona los mensajes y fuentes que confirman sus actitudes y creencias, y tiende a evadir las comunicaciones que entran en conflicto con sus propios puntos de vista.**
- p) La persuasión eficaz depende del entendimiento de por qué un auditorio quiere o no aceptar el nuevo punto de vista.**
- q) Los rasgos de personalidad de los individuos determinan la percepción del mensaje.**

V. La fuente.

- r) El grado de cambio de opinión en la dirección deseada depende del grado de credibilidad de la fuente.**
- s) La credibilidad de la fuente puede ser un factor menos importante para el cambio de opinión a largo plazo que inmediatamente después de la exposición. Una fuente con credibilidad puede ser importante si la persuasión está encaminada a la obtención de resultados inmediatos.**
- t) Todo lo que el auditorio piensa sobre una fuente puede estar directamente influenciado por lo que piensa de su mensaje.**

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

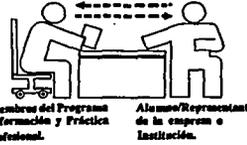
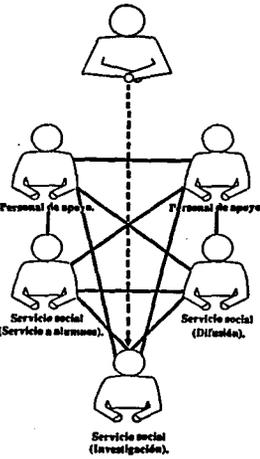
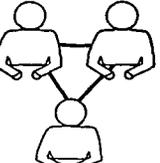
- u) Un comunicador que está de acuerdo con los puntos de vista de su auditorio, o que es similar a éste en características que el auditorio defina como centrales, llama la atención.

Es así, como a través de la propuesta de cinco estrategias comunicativas, las cuales desembocan en impactos concretos; y a partir de las implicaciones de los procesos de la comunicación humana e institucional, presentamos el **CUADRO DE ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FLUJO DE MENSAJES DEL PROGRAMA PILOTO "FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL"**, el cual más que sintetizar o concretar lo visto en el capítulo, intenta sistematizar los procesos de comunicación interna y externa hasta ahora llevados a cabo y programados por los responsables del área.

La gráfica esta dividida en doce partes, las tres primeras hacen referencia a la estrategia propuesta, su descripción y simbolización; los niveles comunicativos entre miembros pertenecientes a una misma comunidad (de grupos entre sí) o el que se establece a partir de una relación interinstitucional (y organización), son manejados en el cuarto recuadro; en el quinto están señalados los flujos por los que viajará la comunicación, multilateral cuando involucra la participación inmediata del "otro", o unilateral cuando el flujo es controlado por la fuente; los propósitos del flujo de mensajes a cubrir para hacer producir el sistema, perpetuarlo e integrarlo están señalados en la sexta parte; en cuanto a las funciones básicas que cubren las operaciones propuestas, éstas se indican en la séptima división; en la siguiente, el tipo de comunicación que corresponde a la estrategia, ya sea formal o informal; tácticas es el nombre con el que aparece la concretización de las estrategias a seguir, son un total de 18 y cada una de ellas se dirige a nuestros

COMUNICAR PARA EQUILIBRAR

públicos internos y externos, los cuales serán presentados de manera escrita, oral y audiovisual; buscando objetivos concretos (impactos).

ESTRATEGIA COMUNICATIVA	DESCRIPCION	SIMBOLIZACION	NIVEL COMUNICATIVO DE GRUPOS ENTRE SI / DE ORGANIZACION	MULTIPLA
<p>Diálogo Interpersonal</p>	<p>Es la comunicación CARA a CARA</p>	 <p>Miembros del Programa de formación y Práctica Profesional.</p> <p>Alumno/Representante de la empresa o Institución.</p>	<p>- De organización</p> <p>- De grupos entre sí</p>	
<p>Interacción Localizada</p>	<p>"Varias personas con o sin influencia externa, se reúnen en un determinado lugar e intercambian ideas y experiencias, discuten y toman decisiones, planean y evalúan su acción". (Bordenave, <i>Planificación y...</i> P. 228)</p>	<p>Fuente (Responsable del Programa de formación y Práctica Profesional).</p>  <p>Personal de apoyo.</p> <p>Personal de apoyo.</p> <p>Servicio social (Servicio a alumnos).</p> <p>Servicio social (Difusión).</p> <p>Servicio social (Investigación).</p>	<p>- De grupos entre sí</p>	
<p>Interacción Grupal</p>	<p>"Dos o más grupos intercambian mensajes, sea personalmente, o mediante el empleo de medios tecnológicos". (Ibidem, P. 229)</p>	 <p>Equipo de Práctica Profesional.</p>	<p>- De grupos entre sí</p>	

RED COMUNICATIVA FORMAL / INFORMAL	TACTICA	PUBLICO DESTINATARIO INTERNO / EXTERNO (ALUMNOS) (EMPRESAS)	FORMA DE TRANSMISION	IMPACTO DESEADO
<ul style="list-style-type: none"> - Formal - Informal - Formal - Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista Charla Informal Entrevista Charlas 	<ul style="list-style-type: none"> Externo (Empresas) Interno (Alumnos) 	<ul style="list-style-type: none"> Oral 	<ul style="list-style-type: none"> - Exponer a la empresa y/o institución el Programa de Formación y Práctica Profesional con el fin de desarrollarlo. - Realizar el seguimiento de las prácticas profesionales para verificar su buen curso. - Recordarle a la empresa cuándo concluye la práctica y cuáles son los pasos a seguir. - Obtener información que conduzca al crecimiento y fortalecimiento del Programa. - Informar al interior del cubículo de Práctica Profesional las ofertas existentes y los trámites administrativos para su realización. - Recibir la documentación requerida. - Notificar la aceptación o rechazo a las solicitudes presentadas. - Canalizar alumnos a las instituciones. - Realizar el seguimiento de la práctica para verificar su buen curso. - Solicitar a los practicantes el informe de actividades realizadas para obtener su constancia de participación. - Obtener información que conduzca al crecimiento y fortalecimiento de Práctica Profesional.
<ul style="list-style-type: none"> - Formal - Informal 	<ul style="list-style-type: none"> Juntas de Trabajo del Equipo de Práctica Profesional. Charlas 	<ul style="list-style-type: none"> Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Oral y Escrita Oral 	<ul style="list-style-type: none"> - Planear, organizar, coordinar y evaluar las actividades del Programa. - Ilustrar y Motivar. - Desahogar conflictos que entorpezcan el trabajo de equipo. - Obtener información que conduzca al crecimiento y fortalecimiento del área.
	<p>Conferencias de presentación (sesiones informativas al inicio de la carrera; en la presentación de preespecialidades y de materias optativas; visitas directas a los grupos de la Licenciatura; etc...).</p> <p>Conferencias públicas formales. Ocasiones especiales (conferencias, mesas redondas,</p>			

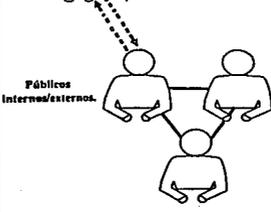
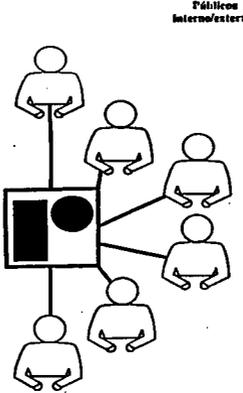
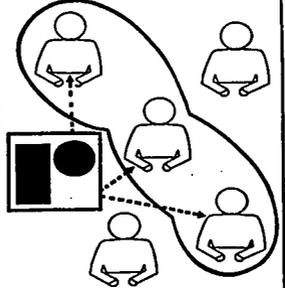
		 <p>Públicos Internos/externos.</p>	- De organización	- Multi
Transmisión Abierta Masiva	Comunicación hecha a través de un medio de alcance masivo.	 <p>Públicos Internos/externos.</p>	- De organización - De grupos entre sí	- Unita
Entrega Individual Selectiva	Los mensajes son entregados individualmente a miembros seleccionados.	 <p>Públicos Internos/externos.</p>	- De organización	- Unif

Fig. 4 ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FLUJO DE MENSAJES DEL PROGRAMA PILOTO DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL.

	- Multilateral	- De mantenimiento - Humanos	- Estimular - Integrar	- Formal	seminarios; o cualquier organizado o coordinado por Periodismo y Comunicación Col a la comunidad de la carrera y directa o indirectamente - e práctica profesional como formación académica del e comunicación. Participación en eventos académico que fortalezcan la e funcionamiento del program Nuestra participación en el prim de Prácticas Profesionales escuelas y facultades de la U.A.E
ón re al			- Informar - Persuadir - Participativa - Estimular - Regular - Integrar	- Formal	Manual operativo del Programa y Práctica Profesional. ZOOM-IN. Boletín Informativo de Formación y Práctica Profes es de 100 ejemplares y es seman Periódico Mural con buzón de Este medio se ubica en la pla edificio 9 y la información cambia semanalmente. Carteles Última Hora.- Organó Informativo ENEP - ACATLÁN Laborato.- Boletín Informativo del Centro Cultural Acatlán. Adelante - Diario en la noticia. (Periódico Mexiquense)
	- Unilateral	- De tareas - Mantenimiento - Humanos			
	- Unilateral	- De mantenimiento	- Informar - Persuadir	- Formal	- Envío del manual a las e acompañados de una carta de p firmada por el jefe del Progr carrera. - Visitas a empresas y/o instituciones de hacerlas participar en el Progr - Llamadas telefónicas a em instituciones para hacer cita y pre Programa.

<p>- Formal</p>	<p>seminarios; o cualquier otro evento organizado o coordinado por la Jefatura de Periodismo y Comunicación Colectiva dirigido a la comunidad de la carrera y que involucre - directa o indirectamente - el tema de la práctica profesional como parte de la formación académica del estudiante de comunicación.</p> <p>Participación en eventos de carácter académico que fortalezcan la organización y funcionamiento del programa. Ejemplo: Nuestra participación en el primer Simposium de Prácticas Profesionales Integradas a escuelas y facultades de la U.A.E.M.</p>	<p>Interno</p> <p>Externo</p>	<p>Multimedia (combinación de medios y uso de instrumentos técnicos que propician la recepción).</p>	<p>-Informar, difundir y promover el Programa de Formación y Práctica Profesional.</p> <p>-Intercambiar información que propicie el crecimiento y fortalecimiento de Práctica Profesional.</p>
<p>- Formal</p>	<p>Manual operativo del Programa de Formación y Práctica Profesional.</p> <p>ZOOM-IN. Boletín Informativo del Programa de Formación y Práctica Profesional. Su tiraje es de 100 ejemplares y es semanal.</p> <p>Perifoneo mural con buzón de sugerencias. Este medio se ubica en la planta baja del edificio 9 y la información que contiene cambia semanalmente.</p> <p>Carteles</p> <p>Última Hora.- Órgano informativo de la ENEP - ACATLÁN</p> <p>Laberinto.- Boletín informativo - quincenal del Centro Cultural Acatlán.</p> <p>Adelante.- Diario en la noticia. (Perifoneo Mexiquense)</p>	<p>Interno</p> <p>Externo</p>	<p>Escrita</p>	<p>-Presentar de manera formal cómo opera el Programa.</p> <p>-Difundir y promover las actividades que realiza el área, las ofertas para desarrollar Prácticas Profesionales, y eventos que interesen a la comunidad estudiantil de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.</p> <p>-Informar, difundir y promover las actividades que realiza Práctica Profesional, las ofertas para desarrollar prácticas profesionales, como realizar trámites escolares y los servicios que brinda la Universidad (becas, talleres deportivos y artístico-culturales, cursos, seminarios, etc...).</p> <p>-Difundir las ofertas para realizar Prácticas Profesionales.</p> <p>-Difundir y promover actividades y/o eventos organizados por el Programa y de interés para la comunidad de Periodismo y Comunicación Colectiva.</p> <p>-Difundir y promover el Programa de formación y Práctica Profesional y las actividades y/o eventos que organiza, con el objetivo de darnos a conocer en la zona y allegarnos de empresas interesadas en participar en el área.</p>
<p>- Formal</p>	<p>-Envío del manual a las empresas, acompañados de una carta de presentación firmada por el jefe del Programa de la carrera.</p> <p>-Visitas a empresas y/o instituciones con el fin de hacerlas participar en el Programa.</p> <p>-Llamadas telefónicas a empresas o instituciones para hacer cita y presentarles el Programa.</p>	<p>Externo</p>	<p>Oral / Escrita</p>	<p>-Buscar espacios para la realización de prácticas profesionales como parte de la formación académica de futuros egresados de comunicación.</p>



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

El *Programa de Formación y Práctica Profesional* es una respuesta a los reclamos de nuestros alumnos por vincularse al campo profesional comunicativo, y así facilitar la consecución de un empleo. Como colaborador del área me he dado cuenta del interés de las empresas públicas y privadas, no solo por tener quien les trabaje durante tres meses sin ser remunerado, sino de tener una fuente de recursos humanos e incluso, poder acercarse al ámbito universitario como generador de cambios. Para nuestra escuela no sólo queda el enorme placer que produce la formación de futuros cuadros de profesionales, capaces de integrarse a la actividad productiva, sino también la satisfacción de legitimar nuestro papel en la sociedad.

Aunque he de reconocer que el **MANUAL ADMINISTRATIVO DEL PROGRAMA PILOTO "FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL"** no es un trabajo de corte netamente comunicativo, creo primero, que sienta las bases para la estructuración formal y el funcionamiento de un área académica que deriva de la práctica en comunicación; ya que fue creado para satisfacer necesidades reales de nuestra disciplina. Por otra parte, su importancia está dada por insertar procesos comunicativos como parte y sustento de la actividad administrativa.

Tal vez en mi trabajo sea difícil reconocer los límites de ambas ramas del conocimiento; empero rescata la necesidad de desarrollar la comunicación al interior de las organismos sociales y de la responsabilidad profesional que conlleva. El profesional de la comunicación organizacional pienso, que debe conocer la teoría social y su aplicación para regular las relaciones humanas en función de los objetivos que emanan de las organizaciones. En este sentido, en lo que a comunicación se refiere, este estudio es un esbozo de lo que creo debe hacerse en mi Universidad.

B L I O G R A F I A

1. Arias Galicia, F. *Administración de Recursos Humanos*. México; Editorial Trillas; 1976. 525 pp.
2. Corrales Díaz Carlos Proyectos de comunicación. *Una estrategia en la práctica profesional de la comunicación*. México; ITESO - Huella cuadernos de divulgación académica; 1991.
3. Díaz Bordenave, Juan; Martins de Carvalho, Horacio. *Planificación y Comunicación*. Quito, Ecuador; CIESPAL; 1978. 307 pp.
4. Etzioni, Amitai. *Organizaciones Modernas*. México; Editorial Hispano - Americana; 1986. 221 pp.
5. Fernández Collado, Carlos. *La Comunicación en las Organizaciones*. México; Editorial Trillas; 1991. 368 pp.
6. Flores de Gortari, Sergio; Orozco Gutiérrez, Emiliano. *Hacia una Comunicación Administrativa Integral*, 2a. Edic. México; Editorial Trillas; 1990. 369 pp.
7. George Jr., Claude S. *Historia del Pensamiento Administrativo*. México; Editorial Prentice Hall Hispanoamericana; 1974. 217 pp.
8. Goldehaber, Gerald M. *Comunicación Organizacional*. México; Editorial Diana; 1984. 423 pp.

9. Leñero, Vicente; Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*, 7a. Edic. México Editorial Grijalbo, 1986. 315 pp.
10. Martínez de Velasco, Alberto; Nosnik, Abraham. *Comunicación Organizacional Práctica*. México; Editorial Trillas; 1993. 111 pp.
11. Muriel, María Luisa; Rota, Gilda. *Comunicación Institucional: enfoque social de las relaciones humanas*. Quito, Ecuador; CIESPAL; 1980. 353 pp.
12. Postman, Neil. *La enseñanza como actividad de conservación de la cultura*. México; Ediciones Roca; 1984. 260 pp.
13. Ramos Padilla, Carlos G. *La Comunicación: un punto de vista organizacional*. México; Editorial Trillas; 1991. 75 pp.
14. Robbins, Sthepen P. *Comportamiento Organizacional. Conceptos, controversias y aplicaciones*, 3a. Edic. México; Editorial Prentice Hall Hispanoamericana; 1987. 566 pp.
15. Robbins, Stephen P. *Administración: Teoría y Práctica*. México; Editorial Prentice Hall Hispanoamericana; 1987. 560 pp.
16. Rodríguez Valencia, J. *Estudio de Sistemas y Procedimientos Administrativos*. México; Editorial ECASA; 1990. 270 pp.

17. Rodríguez Valencia, J. *Cómo Elaborar y usar los Manuales Administrativos*. México; Editorial ECASA; 1992. 161 pp.
18. Ruíz Massieu, Mario. *El cambio en la Universidad*. México; UNAM; 1987. 155 pp.
19. Yoder, Dale. *Manejo de Personal y Relaciones Industriales*. México; Compañía Editorial Continental (CECSA); 1993. 804 pp.

H E M E R O G R A F I A

1. Andrade, Horacio "*¿Que es la Comunicación Organizacional?*" (Material Fotocopiado).
2. *Anteproyecto para la integración del área de FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.* (Material Fotocopiado).
3. Carpizo McGregor, Jorge. *El ser y el deber ser de la Universidad Nacional Autónoma de México.* Junio de 1988.
4. Carpizo McGregor, Jorge. *Fortaleza y debilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.* 16 de Abril de 1986.
5. *Lineamientos técnico administrativos del área de FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL de la carrera de Pedagogía.* (Material Fotocopiado).
6. Martín Barbero, Jesús, "*El Oficio del Comunicador*" Felafacs Universidad del Valle - Cali, Colombia. *En una década en la formación de investigadores sociales.* Universidad Católica de Uruguay, Fundación E. Naum Ann (transcripción de conferencias dictadas del 2-4 de Octubre de 1990).
7. Mendoza Rojas, Javier. *El proyecto ideológico modernizador de las políticas universitarias en México (1965 - 1980).*

México; Revista "*Perfiles Educativos*", UNAM - CISE. (Material Fotocopiado).

8. Pacheco Mendez, Teresa. *La interpretación social de la problemática educativa en México (un análisis crítico)*. México; Revista "Perfiles Educativos" No. 14, UNAM - CISE. pp. 3 -16.
9. *Anteproyecto del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social*. México; ENEP - Acatlán (UNAM); Febrero de 1992.
10. *Proyecto del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación y Periodismo*. México; ENEP - Acatlán (UNAM); 1994.
11. *Reglamento General de Prácticas Profesionales de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva*. (Material Fotocopiado).

O T R A S F U E N T E S

1. Almada, Leticia. *Importancia de la práctica profesional como parte de la formación del comunicólogo y las condiciones actuales del mercado de trabajo en el medio radiofónico*; ponencia presentada dentro de la conferencia **IMPORTANCIA DE LA PRACTICA PROFESIONAL COMO PARTE DE LA FORMACION DEL COMUNICOLOGO/COMUNICADOR**. México; ENEP - Acatlán (UNAM); 30 de septiembre de 1993.
2. Cursos: *Usos y aplicaciones de la Comunicación Organizacional*
Ponente: Lic. Manuel Vázquez Arteaga
Lugar: ENEP - Acatlán (UNAM)
Fecha: Septiembre - Octubre de 1993.
3. Nosnik, Abraham. *Modelo de Gestión en las Organizaciones*. Ponencia presentada en la ENEP - Acatlán el 10 de Marzo de 1994.
4. Robina B., Soledad. *El comunicador en una etapa de innovaciones*. Ponencia presentada dentro del coloquio **LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LOS RETOS DE LA MODERNIZACION NACIONAL**. México; ENEP - Acatlán (UNAM); Diciembre de 1991.
5. *Primer Simposium de Prácticas Profesionales integradas a escuelas y facultades de la UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO*, celebrado en la ciudad de Toluca, México, los días 9 y 10 de Marzo de 1994.

I N D I C E

Página

Introducción

I.	ADMINISTRAR PARA ORDENAR. SITUACIONES DE FUNCION Y CARGO DEL PROGRAMA PILOTO DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL	1
	A. ORGANIZACION	22
	B. EJECUCION	32
	C. DISCIPLINA	37
II.	COMUNICAR PARA EQUILIBRAR. ESTRATEGIAS PARA EL BUEN FLUJO DE MENSAJES.	49

Conclusiones

Bibliografía

Hemerografía

Otras Fuentes

Indice

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"
JEFATURA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA
PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL**

INFORMACION DE LA EMPRESA PARTICIPANTE FECHA: _____
DIA/MES/AÑO

NOMBRE DE LA

EMPRESA: _____

DIRECCION: _____

**RESPONSABLE DEL
PROGRAMA:** _____

TELEFONO: _____ **EXT. (S):** _____ **HORARIO EN
QUE SE ENCUENTRA: DE** _____ **HRS. A** _____ **HRS.**

TIPO DE ORGANIZACION:

PUBLICA () PRIVADA () CIVIL ()

EMPRESA DEDICADA A:

() PERIODISMO ESCRITO

() TELEVISION

() VIDEO

() CINE

() RADIO

() PUBLICIDAD

() INVESTIGACION

**() SU FIN NO ES LA COMUNICACION, PERO REQUIERE DE ESTA
PARA EL LOGRO DE SUS ACTIVIDADES**

() MULTIMEDIA

() EDUCACION

() OTRA: _____

PROGRAMA: _____ AREA O DEPTO. _____

PROYECTO: _____

OBJETIVO: _____

JUSTIFICACION: _____

ACTIVIDADES A DESARROLLAR: _____

No. DE PERSONAS REQUERIDAS: _____

PERFIL PERSONAL, ACADEMICO O PROFESIONAL: _____

FECHA EN QUE SE REQUIEREN: _____
DIA/MES/AÑO

HORARIO: _____

OBSERVACIONES: _____

Vo. Bo. RESPONSABLE DEL PROGRAMA
FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL.
LIC. _____

*** FORMATO INFORMACION DE LA EMPRESA PARTICIPANTE**

Anexo 2

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"
PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA
PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL**

SOLICITUD DE INGRESO

FECHA: _____
DIA/MES/AÑO

PRIMERA VEZ SEGUNDA VEZ _____

SI HAS PARTICIPADO EN EL PROGRAMA, INDICA EN QUE FECHA E INSTITUCION: _____

A. DATOS PERSONALES.

NOMBRE: _____

DIRECCION: _____

EDAD: _____ **SEXO:** _____ **TELEFONO:** _____

HORARIO EN QUE TE PODEMOS LOCALIZAR: _____

B. HISTORIA ACADEMICA.

SEMESTRE ACTUAL: _____ **TURNO:** _____ **PROMEDIO:** _____

PREESPECIALIDAD: _____

ALUMNO.

REGULAR IRREGULAR No. MAT. REP. _____

C. IDIOMAS.

_____ INGLES _____ PORTUGES

_____ FRANCES _____ OTRO

_____ ITALIANO

_____ C.L. _____ P.G. NIVEL _____

INSTITUCION: _____

D. OTROS CURSOS.

CURSO	INSTITUCION	AÑO
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

E. EXPERIENCIA LABORAL.

INSTITUCION	LABOR DESEMPEÑADA	AÑO
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

F. ¿EN DONDE DESEAS REALIZAR TU PRACTICA?

¿POR QUE? _____

G. SEÑALA CUANDO PUEDES INICIAR LA PRACTICA PROFESIONAL Y EN QUE HORARIO: _____

H. DOCUMENTACION PRESENTADA:

HISTORIAL ACADEMICO

CURRICULUM

(OTRO)

PARA USO EXCLUSIVO DEL PROGRAMA

SOLICITUD	<input type="checkbox"/>	ACEPTADA	MOTIVO: _____
	<input type="checkbox"/>	RECHAZADA	_____
	<input type="checkbox"/>	SUSPENSION	_____
INSTITUCION ASIGNADA: _____			
OBSERVACIONES CON RESPECTO A LA PRACTICA REALIZADA:			

*** FORMATO DE SOLICITUD DE INGRESO**

NOMBRE Y FIRMA DEL RESPONSABLE
DEL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL

Anexo 3

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"
PROGRAMA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA**

Nombre de la persona a quien se dirige la carta
Cargo
Empresa o institución
P R E S E N T E.

Por este conducto, me permito distraerlo de sus actividades para presentar al alumno (a) inscrito (a) en el _____ semestre de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva a mi cargo, para para que sea tomado en cuenta en el **PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL** en la institución que Usted representa y en respuesta al convenio que hemos llevado a cabo con antelación.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
Acatlán, Edo. de México a _____
DIA/MES/AÑO

(NOMBRE Y FIRMA)

JEFE DE PROGRAMA

C.C.P. _____
Responsable del **PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL.**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"
PROGRAMA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA

Nombre de la persona a quien se dirige la carta

Cargo

Empresa o Institución

PRESENTE.

Por medio de la presente hago constar que el Prof. _____
actualmente coordina el **PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA
PROFESIONAL** de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, que se
imparte en la ENEP - Acatlán; por lo cual solicito su amable colaboración en el
mismo, si las condiciones de su institución/empresa lo permiten.

Los objetivos de nuestro programa son los siguientes:

- ALUMNOS:** Aplicar los conocimientos teórico - prácticos que se imparten
dentro del aula escolar, en una institución que propicie su
crecimiento y desarrollo profesional.
- ESCUELA:** Fomentar actividades que favorezcan una educación que
integre teoría y práctica fuera del ámbito escolar.
- INSTITUCION:** Colaborar en la formación de futuros profesionales de la
comunicación, con el fin de integrarlos al campo laboral y
agilizar las actividades propias de la empresa mediante un
servicio que no requiere remuneración.

Sin otro particular por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un
cordial saludo.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
FECHA

(NOMBRE Y FIRMA)

JEFE DE PROGRAMA

*** FORMATO CARTA DE PRESENTACION DE RESPONSABLE
DEL PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL**

Anexo 5

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"
PROGRAMA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA**

**Nombre del alumno
P R E S E N T E**

Por medio de la presente, le comunico que por incumplimiento a los compromisos contraidos con el **PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL** y sin haber notificado las razones de tal actitud, queda suspendido del mismo sin posibilidad de participar posteriormente en el.

Esta situación queda asentada en su expediente y espero recapacite en su proceder: no olvide que daña la imagen de nuestra Universidad y anula oportunidades para nuevas generaciones.

**A T E N T A M E N T E
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"**

Acatlán, Edo. de México a
DIA/MES/AÑO

**(NOMBRE Y FIRMA)

JEFE DE PROGRAMA**

C.C.P. EXPEDIENTE ALUMNO

*** FORMATO CARTA DE EXTRAÑAMIENTO A ALUMNOS**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"
JEFATURA DE PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA
PROGRAMA DE FORMACION Y PRACTICA PROFESIONAL**

El presente cuestionario tiene como fin obtener información que contribuya al mejoramiento del *Programa de Formación y Práctica Profesional*, y enriquecimiento de la curricula de la licenciatura en periodismo y comunicación colectiva. De antemano agradecemos su atención y apoyo para cumplir con esta labor.

Nombre de la empresa o
institución: _____

Tipo de organización:

Pública () Privada () Civil ()

Empresa dedicada a:

- () Periodismo escrito
- () Televisión
- () Video
- () Cine
- () Radio
- () Publicidad
- () Investigación
- () Su fin no es la comunicación, pero requiere de esta para el logro de sus actividades.
- () Multimedia
- () Educación
- () Otra: _____

Actividades que desarrolla: _____

La calidad de trabajo, compromiso y responsabilidad de los practicantes que participaron en su empresa o institución fue:

- () Muy buena
- () Buena
- () Regular
- () Mala
- () Pésima

¿Por que? _____

¿Se cumplieron los objetivos propuestos para los alumnos?

(Aplicar e integrar los conocimientos teóricos adquiridos en la escuela a las exigencias del campo laboral)

() Si () No

¿Por que? _____

En opinión de su empresa o institución, la organización y atención del *Programa de Formación y Práctica Profesional*.

Durante el desarrollo de las prácticas fué:

() Muy buena

() Buena

() Regular

() Mala

() Pésima

¿Por que? _____

De acuerdo a su experiencia en nuestro programa y al trabajo que su empresa o institución realiza:

A. ¿Que habilidades intelectuales y técnicas requiere tener el profesional de la comunicación?

B. ¿Que habilidades intelectuales y técnicas de los practicantes de nuestra escuela le han sido de utilidad?

C. ¿Que habilidades intelectuales y técnicas de los practicantes considera que aún no están bien trabajadas y que es necesario profundizar en ellas?

¿A su empresa o institución le interesa continuar y formalizar el *Programa de Formación y Práctica Profesional*?

() Si () No

¿Por que? _____

¿A su organización le interesa participar en eventos que contribuyan en la formación académica y profesional de los alumnos de nuestra carrera?

() Si () No

Indique cual: (Puede marcar más de una opción)

- () Impartición de cursos, seminarios, talleres
- () Participación en pláticas, conferencias o mesas redondas
- () Visitas guiadas
- () Asesoría y apoyo en trabajos escolares y/o de investigación realizados por alumnos y egresados
- () Asesoría y apoyo al personal docente de nuestra carrera
- () Otro: _____