

43  
2EJ



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

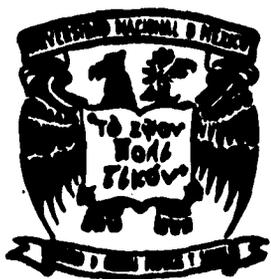
**PROYECTO DE DIFUSION DE LA  
DIVISION EDITORIAL DEL  
INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO  
FUNCIONES DE LA DIVISION EDITORIAL**

**TESINA PROFESIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION**

**P R E S E N T A :**

**BEATRIZ LEON<sup>o</sup> GONZALEZ BARCENAS**

**FALLA DE ORIGEN**



**MEXICO, D. F.**

**1995**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**AGRADECIMIENTOS**

SIEMPRE HE PENSADO QUE ESCRIBIR DA MIEDO,  
PERO ES UNA EMOCIÓN FASCINANTE, Y CUANDO  
SE ESCRIBE UN TRABAJO DE ESTE TIPO ESA  
EMOCIÓN ES DOBLEMENTE FASCINANTE, PORQUE  
CON ELLO CULMINA UNA ETAPA IMPORTANTE DE  
LA VIDA...

AGRADEZCO **A MIS PADRES** SU INFINITO APOYO, COMPRENSIÓN Y  
PACIENCIA QUE SIEMPRE ME HAN BRINDADO. SE QUE AL CONCLUIR  
ESTA ETAPA DE MI VIDA, RETRIBUYO TAN SÓLO UN POCO DE LO  
MUCHO QUE USTEDES SE MERECEAN, Y QUIERO QUE SEPAN QUE ESTO  
QUE HOY TERMINO, ES EL RESULTADO DE SU ESFUERZO Y ORIENTA  
CIÓN, QUE PARA MÍ HA SIDO LA MEJOR DE LAS HERENCIAS

**MIL GRACIAS.**

MI AGRADECIMIENTO **A MIS HERMANOS**, POR SU CARIÑO, CONSEJOS  
Y APOYO QUE SIEMPRE ME HAN MOTIVADO A SEGUIR ADELANTE.

UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL **A MI MADRINA**, DONDE QUIERA QUE  
ESTÉ, A QUIEN PROMETÍ QUE ALGÚN DÍA REALIZARÍA UNO DE MIS  
GRANDES ANHELOS.

**A CESAR ALBERTO DEL VALLE MARTINEZ**, MI INFINITA GRATITUD,  
ADMIRACIÓN Y RESPETO, POR EL DESMEDIDO APOYO, MOTIVACIÓN  
Y CONSEJOS QUE EN TODO MOMENTO ME OFRECIÓ, Y A QUIEN LE  
DEBO EN MUCHO EL HABER CULMINADO ESTA ETAPA DE MI VIDA.  
ÉSTE TRABAJO ES UN POCO DE TI.

MI MÁS SINCERO AGRADECIMIENTO A **MALE Y GERARDO**, POR EL  
APOYO TAN IMPORTANTE QUE SIEMPRE ME BRINDARON Y POR COM  
PARTIR CONMIGO LOS BUENOS Y MALOS MOMENTOS QUE ESTA EX-  
PERIENCIA ME HA DEJADO.

AGRADEZCO EN LO QUE VALE EL APOYO Y CONFIANZA QUE ME  
BRINDÓ MI ASESOR, LA LIC. SOLEDAD ROBINA BUSTOS, Y A  
MIS SINODALES:

LIC. JORGE CALVIMONTES C.

LIC. CARMEN AVILES S.

LIC. VIRGINIA REYES C.

LIC. FERNANDO MUNGUIA R.

SUS VALIOSOS COMENTARIOS, GRACIAS A LOS CUALES SE EN-  
RIQUECIÓ ESTE TRABAJO.

## INDICE

PÁGINA

### **INTRODUCCION**

<b>1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE COMUNICACION.....</b>	<b>3</b>
1.1. LA COMUNICACIÓN.....	3
1.2. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO (IMP).....	8
1.2.1. LA REVISTA DEL IMP.....	12
1.2.2. EL BOLETÍN INFORMATIVO.....	17
1.2.3. LA GACETA IMP.....	19
<b>2. LA DIVISION EDITORIAL DEL IMP.....</b>	<b>23</b>
2.1. ANTECEDENTES.....	23
2.2. OBJETIVOS.....	26
2.3. ESTRUCTURA.....	26
2.4. FUNCIONES.....	27
2.5. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES.....	33
2.6. SITUACIÓN ACTUAL.....	34
<b>3. ELEMENTOS PARA DIFUNDIR LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA     DIVISION EDITORIAL DEL IMP.....</b>	<b>37</b>
3.1. ANTECEDENTES.....	37
3.2. PROPUESTA.....	40
3.2.1. DETERMINACIÓN DE LAS ENTIDADES QUE POSIBI- LITAN LA GENERACIÓN DE TRABAJO PARA LA DI- VISION EDITORIAL.....	41
3.2.2. EL CARTEL Y EL TRÍPTICO: MEDIOS IMPRESOS DE DIFUSIÓN.....	43
3.2.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	49
I) TEXTO.....	49
II) FRASES PUBLICITARIAS.....	51
III) ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN.....	51
IV) DISEÑO GRÁFICO.....	52

3.2.4. RECONOCIMIENTO DE LA FUNCIONALIDAD DE LA  
DIVISIÓN EDITORIAL..... 54

**CONCLUSIONES**..... 57

**BIBLIOGRAFIA**..... 61

**APENDICES**..... 64

A. DECRETO DE CREACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO

B. PORTADA DE LA REVISTA DEL IMP, NÚMERO 1

C. PORTADA DEL BOLETÍN INFORMATIVO, NÚMERO 0

D. PORTADA DE LA GACETA IMP, NÚMERO 0.

## INTRODUCCION

DESDE SU FUNDACIÓN, EL NÚCLEO CENTRAL DE LAS ACTIVIDADES DE LA DIVISIÓN EDITORIAL DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO (IMP) HA SIDO EL ATENDER LA DEMANDA DE TRABAJO RELACIONADA CON LA OBRA ESCRITA, CON CARÁCTER CIENTÍFICO, TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO QUE SE ORIGINA EN EL IMP Y EN PETRÓLEOS MEXICANOS (PEMEX).

A TRAVÉS DE ESTA ÁREA SE HAN LOGRADO DIFUNDIR LOS LOGROS, AVANCES Y DESARROLLOS TECNOLÓGICOS NO SÓLO DEL IMP SINO TAMBIÉN DE PEMEX, Y SE HA ENRIQUECIDO EL ACERVO EDITORIAL CIENTÍFICO DE CARÁCTER NACIONAL E INTERNACIONAL, MEDIANTE SUS DIVERSAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS Y NO PERIÓDICAS, COMO SON: LA REVISTA DEL IMP, EL BOLETÍN INFORMATIVO, LA REVISTA PEMEX LEX Y LA COLECCIÓN SERIES CIENTÍFICAS, ENTRE OTRAS.

SIN EMGARGO, A PESAR DE SER LA ÚNICA ÁREA QUE DESDE 1979 SE HA DEDICADO A DIFUNDIR EXPRESAMENTE LOS DESARROLLOS DE LA INDUSTRIA PETROLERA NACIONAL, SE HA PERCIBIDO A TRAVÉS DE UN SEGUIMIENTO QUE SE REALIZA DE LAS SOLICITUDES DE TRABAJO, QUE LOS SERVICIOS Y FUNCIONES DE LA DIVISIÓN EDITORIAL SÓLO SON CONOCIDOS EN AQUELLOS SECTORES CON LOS QUE HA MANTENIDO UNA RELACIÓN DIRECTA DESDE SU CREACIÓN, LO CUAL OBTIAMENTE LE RESTA POSIBILIDADES DE DESARROLLO.

PARTIENDO DE ESTAS PREMISAS, DE QUE AUN EXISTEN CÍRCULOS EN PEMEX Y EN EL PROPIO IMP QUE NO SABEN NADA DE ELLA, Y DE LA BAJA TAN CONSIDERABLE QUE SE PRESENTÓ EN LA DEMANDA DE TRABAJOS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1993, DEBIDO A LOS CAMBIOS QUE SE SUSCITARON EN PEMEX Y EN EL IMP, Y QUE NOS HICIERON PERDER CLIENTES, EL OBJETIVO DEL PRESENTE TRABAJO ES PROPONER ELEMENTOS PARA LA ELABORACIÓN DE DOS MEDIOS IMPRESOS DE DIFUSIÓN: EL TRÍPTICO Y EL CARTEL, POR MEDIO DE LOS CUALES SE DEN A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA DIVISIÓN EDITORIAL.

EL TRABAJO ESTÁ DIVIDIDO EN TRES CAPÍTULOS:

EN EL PRIMERO SE HACE UNA INTRODUCCIÓN REFERENTE AL SIGNIFICADO E IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO DEL HOMBRE, PARA POSTERIORMENTE UBICARLA EN EL OBJETO DE ESTUDIO: EL ÁREA EDITORIAL DE UN CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA, EN ESTE CASO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO.

ASIMISMO, SE PRESENTAN LAS TRES PUBLICACIONES PERIÓDICAS QUE CONFORMAN EL "CÍRCULO DE COMUNICACIÓN DEL IMP", ME REFIERO A LA REVISTA DEL IMP, EL BOLETÍN INFORMATIVO Y LA GACETA IMP.

EN EL SEGUNDO CAPÍTULO SE PLANTEAN LAS CAUSAS QUE ORIGINARON LA CREACIÓN DE LA DIVISIÓN EDITORIAL, SUS OBJETIVOS, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LAS DIVERSAS ÁREAS QUE CONFORMAN LA ESTRUCTURA DE LA DIVISIÓN, ASÍ COMO LA INFRAESTRUCTURA Y LOS RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES CON QUE CUENTA.

EN EL TERCER CAPÍTULO SE EXPONEN, EN PRIMER TÉRMINO, LAS RAZONES QUE MOTIVARON LA ELABORACIÓN DE LA PRESENTE PROPUESTA.

EN SEGUIDA SE DESCRIBEN LOS ELEMENTOS QUE DEBERÁN CONTENER LOS DOS MEDIOS IMPRESOS QUE SE PROPONEN EMPLEAR PARA HACER LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA DIVISIÓN, ES DECIR, EL TEXTO O MENSAJE, FRASES PUBLICITARIAS, LOGOTIPO, LOGOGRAMA Y DISEÑO GRÁFICO, ASÍ COMO LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MISMOS, QUE SIN DUDA AYUDARON A DECIDIR SU UTILIZACIÓN PARA ESTE PROYECTO.

POR ÚLTIMO, SE PRESENTAN UNA SERIE DE CONCLUSIONES DE CADA UNO DE LOS CAPÍTULOS TRATADOS EN EL PRESENTE TRABAJO, CON LA FINALIDAD DE QUE SE COMPRENDA EL PORQUÉ DE LA NECESIDAD E IMPORTANCIA DE DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA DIVISIÓN EDITORIAL.

## 1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES EN COMUNICACION

### 1.1 LA COMUNICACIÓN

LA COMUNICACIÓN HA DESEMPEÑADO A TRAVÉS DE LA HISTORIA DEL HOMBRE UN PAPEL FUNDAMENTAL EN LA DINÁMICA DE SU DESARROLLO. SU PRESENCIA SE MANIFIESTA ACTIVAMENTE EN LAS INTERRELACIONES PERSONALES, GRUPALES Y COMUNALES, COMO UN ELEMENTO DE CONVIVENCIA Y COEXISTENCIA QUE CONDUCE AL PROGRESO DE LAS SOCIEDADES Y CULTURAS.

ES TAN AMPLIO EL CAMPO SEMÁNTICO QUE CUBRE EL TÉRMINO COMUNICACIÓN, QUE SE HACE NECESARIO DISTINGUIR LOS DIVERSOS SIGNIFICADOS QUE ÉSTE ENCIERRA, PUES, HAY QUE SUBRAYARLO, NO EXISTE UN COMPLETO ACUERDO SOBRE ESTE CONCEPTO.

AL DECIR COMUNICACIÓN ES POSIBLE REFERIRSE AL PROCESO NATURAL, UNIVERSAL, DE INTERRELACIÓN E INFLUENCIA RECÍPROCA ENTRE LAS PARTES DE TODA ORGANIZACIÓN Y ENTRE ÉSTA Y SU MEDIO AMBIENTE.

DENTRO DE ESTE CONCEPTO DE LA COMUNICACIÓN COMO "INFORMACIÓN", SE PUEDE DECIR QUE ÉSTA EXISTE EN LAS PLANTAS, LOS ANIMALES Y HASTA EN LOS MECANISMOS CIBERNÉTICOS QUE GOBIERNAN LAS MÁQUINAS; MÁS AÚN, QUE EL CEREBRO DEL HOMBRE SE "COMUNICA" CON LOS MIEMBROS Y VICEVERSA.

ÁSIMISMO, ESTE VOCABLO HACE REFERENCIA AL PROCESO MÁS LIMITADO DE INTERRELACIÓN HUMANA QUE SE REALIZA MEDIANTE EL USO DE SIGNOS, GENERALMENTE ORGANIZADOS EN FORMA DE CÓDIGOS.

TAMBIÉN SE EMPLEA COMO EQUIVALENTE A LOS VEHÍCULOS NORMALMENTE UTILIZADOS POR EL HOMBRE PARA TRANSPORTAR MENSAJES, MATERIALES Y PRODUCTOS. EN ESTE CASO SE ESTARÍA HABLANDO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

EN OTRO ORDEN, ESTA PALABRA SE UTILIZA COMO SINÓNIMO DE TECNOLOGÍA, ES DECIR, COMO UN CONJUNTO DE RECURSOS MECÁNICOS, ELECTRÓNICOS, FÍSICOS, ETC., QUE SE APLICAN A LA PRODUCCIÓN, TRANSMISIÓN Y RECEPCIÓN DE MENSAJES.

OTRAS VECES, SE HABLA DE COMUNICACIÓN PARA INDICAR LOS ASPECTOS DE AQUELLOS SISTEMAS INSTITUCIONALES DEDICADOS A LA PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DE MENSAJES EN LA SOCIEDAD, TALES COMO: REDES DE COMUNICACIÓN, FLUJOS DE COMUNICACIÓN, ETC.

O BIEN, SE HA APLICADO ESTE TÉRMINO A UNA CIENCIA SOCIAL, PRECISAMENTE AQUELLA QUE ESTUDIA EL PROCESO, LA TECNOLOGÍA, LOS SISTEMAS INSTITUCIONALIZADOS Y OTROS ASPECTOS DE LA COMUNICACIÓN.

COMO SE PUEDE OBSERVAR, SE TIENE UNA SERIE DE ACEPCIONES POSIBLES PARA EL TÉRMINO COMUNICACIÓN, PERO EN SU DEFINICIÓN MÁS SIMPLE, Y LA QUE HEMOS DE CONSIDERAR PARA ESTE TRABAJO, IMPLICA LA TRANSMISIÓN DE UNA INFORMACIÓN DESDE UNA FUENTE A UN DESTINATARIO.

ENTENDEREMOS ENTONCES POR COMUNICACIÓN "AL RESULTADO DE LA INTERRELACIÓN QUE SE DA EN EL UNIVERSO ENTRE DOS INSTANCIAS QUE SE INFLUYEN MUTUAMENTE AL TRANSMITIRSE INFORMACIÓN".<sup>1</sup>

DE ACUERDO CON ESTE CONCEPTO, LA COMUNICACIÓN ES EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN QUE SE DA ENTRE DOS POLOS, QUE PUEDE SER APRECIADO COMO MERA TRANSMISIÓN, SÓLO COMO RECEPCIÓN, O BIEN, COMO UN FENÓMENO QUE INVOLUCRA A UNA Y OTRA.

EN ESTE SENTIDO, VALE LA PENA DISTINGUIR COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN, YA QUE ESTOS DOS CONCEPTOS SE PRESTAN A CIERTA CONFUSIÓN; EL PRIMERO, SEGÚN ANTONIO PASQUALI, "DEFINE EL INTERCAMBIO DE MENSAJES CON POSIBILIDADES DE RETORNO NO MECÁNICO ENTRE POLOS

---

1) Nociones de Comunicación . Curso del Profesor Guillermo Tenorio, página 3.

IGUALMENTE DOTADOS DEL MÁXIMO COEFICIENTE DE COMUNICABILIDAD", MIENTRAS EL SEGUNDO, SE REFIERE "AL ENVÍO DE MENSAJES SIN POSIBILIDAD DE RETORNO NO MECÁNICO ENTRE DOS POLOS, UNO DE LOS CUALES ES PURAMENTE AFERENTE"<sup>2</sup>

"LA INFORMACIÓN, DICE ÁNGEL BENITO, CONSTITUYE EL TRATAMIENTO QUE RECIBE AQUELLO QUE SE VA A COMUNICAR, Y LA COMUNICACIÓN ES LA CONSECUENCIA DE ESE PROCESO",<sup>3</sup>

EN SÍNTESIS, SE PUEDE DECIR QUE NO EXISTE COMUNICACIÓN SIN INFORMACIÓN, PERO NO TODA INFORMACIÓN ES COMUNICACIÓN.

EN VIRTUD DE SER UN PROCESO UNIVERSAL, LA COMUNICACIÓN HA SIDO ESTUDIADA POR TODAS LAS CIENCIAS SOCIALES, DE AHÍ QUE EXISTAN DIVERSOS MODELOS DE COMUNICACIÓN, CADA UNO EMBUDO DE LOS CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS DIFERENTES CIENCIAS QUE LOS CREARON.

PARA FINES DE ESTE TRABAJO, BASTA UNA VERSIÓN DEL MODELO DE TATIANA SLAMA CAZUCU, SEGÚN EL CUAL "PARA TENER UN ACTO COMUNICATIVO SON ESENCIALES AL MENOS SEIS FACTORES:

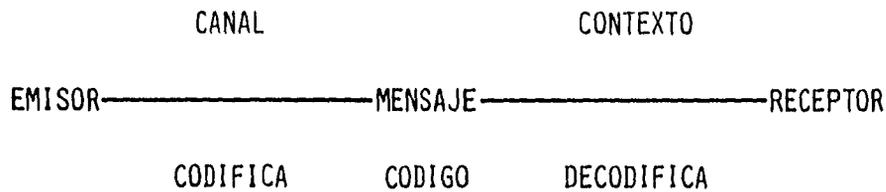
- 1) EL EMISOR (QUIEN PRODUCE EL MENSAJE)
- 2) UN CÓDIGO (QUE ES EL SISTEMA DE REFERENCIA CON BASE EN EL CUAL SE PRODUCE EL MENSAJE)
- 3) EL MENSAJE (QUE ES LA INFORMACIÓN TRANSMITIDA Y PRODUCIDA SEGÚN LAS REGLAS DEL CÓDIGO)
- 4) EL CONTEXTO (DONDE EL MENSAJE SE INSERTA Y AL QUE SE REFIERE)
- 5) UN CAÑAL (UN MEDIO FÍSICO AMBIENTAL QUE HACE POSIBLE LA TRANSMISIÓN DEL MENSAJE)
- 6) UN RECEPTOR (QUE ES QUIEN RECIBE E INTERPRETA EL MENSAJE)".<sup>4</sup>

---

2) De la Mora Medina, José y Sánchez Rivera, Roberto, Antología de Ciencia de la Comunicación, UNAM, Tomo I, México, página 192.

3) Angel, Benito, Gran Enciclopedia Rialp, Madrid, Tomo VI, 1973, página 119.

4) Ricci Bitti, Pio, E. y Zani, Bruna, La Comunicación como proceso social, Ed. Grijalbo, México, 1970, página 25.



POR LO TANTO, Y SEGÚN ESTA APROXIMACIÓN, LA COMUNICACIÓN ES EL PROCESO QUE CONSISTE EN TRANSMITIR Y HACER CIRCULAR INFORMACIONES: ES DECIR, UN CONJUNTO DE DATOS, TODOS O EN PARTE DESCONOCIDOS POR EL RECEPTOR ANTES DEL ACTO DE LA COMUNICACIÓN.

ES IMPORTANTE QUE EMISOR Y RECEPTOR COMPARTAN UN MISMO CÓDIGO, PORQUE SÓLO ASÍ PUEDE TENER LUGAR EL PROCESO DE COMPRESIÓN DEL MENSAJE, O LO QUE ES LO MISMO DE DECODIFICACIÓN.

AHORA BIEN, PARA EL INDIVIDUO QUE ENFRENTA AL MUNDO, LAS FACULTADES HUMANAS DE PENSAR, HABLAR Y TRANSMITIR PALABRAS, IDEAS Y SEÑAS, LE HAN PERMITIDO PROGRESAR GRACIAS A LA COMUNICACIÓN ENTRE ÉL Y OTROS INDIVIDUOS, PUES AL HACERLO, LOS PENSAMIENTOS, DESEOS, SUEÑOS E INQUIETUDES, ASÍ COMO TODA ESA GAMA MARAVILLOSA QUE GENERA EL CEREBRO, SE ESTABLECE LA COMUNICACIÓN HUMANA.

LA COMUNICACIÓN HUMANA, DICE STEMBERG BLUEN, "ES UN MEDIO PROPIO Y PACÍFICO PARA MANIFESTAR NUESTRA PRESENCIA; EXPRESAR NUESTRA VOLUNTAD; INFORMAR DE NUESTRO PENSAMIENTO; PROCLAMAR NUESTRO ANHELO DE MEJORÍA SOCIAL, Y OBTENER COMPRESIÓN, SIMPATÍA, ADHESIÓN Y COOPERACIÓN PARA REALIZARNOS PERSONAL Y SOCIALMENTE CON INTEGRIDAD".<sup>5</sup>

A MEDIDA QUE LAS RELACIONES SOCIALES DEL INDIVIDUO SE VAN ACRECENTANDO, INTERVIENE DE FORMA ACTIVA CON ORGANIZACIONES HUMANAS, PEQUEÑOS GRUPOS, ESCUELA, IGLESIA, ETC., LE BRINDAN LA OPORTUNI-

---

5) Gándara, Javier, La comunicación, Editorial IMP, México, 1980, página 3.

DAD DE ESTABLECER UNA INTERACCIÓN HOMBRE-HOMBRE (ENTENDIENDO POR INTERACCIÓN AL PROCESO POR MEDIO DEL CUAL INTERCAMBIA EXPERIENCIAS, CONOCIMIENTOS, ETC., CON LOS DEMÁS).

LAS PAUTAS DE ESTA INTERACCIÓN CONSTITUYEN LA UNIDAD DE UN NIVEL MÁS ELEVADO EN LA COMUNICACIÓN HUMANA, ES DECIR, LA COMUNICACIÓN SOCIAL, LA CUAL DEBE ENTENDERSE COMO UN CONJUNTO DE PROCESOS PRESENTES EN LA REALIDAD, QUE INTERACTÚAN DINÁMICAMENTE DENTRO DE UNA FORMACIÓN SOCIAL QUE LOS DETERMINA.

POR TANTO, CUANDO LA COMUNICACIÓN NO SE REFIERE YA SOLAMENTE A LAS RELACIONES PERSONALES, SINO QUE PASA A SER UN PROCESO SOCIALMENTE ORGANIZADO, CORRESPONDE AL INDIVIDUO UNA DOBLE FUNCIÓN: COMUNICAR POR SU PROPIA CUENTA Y ADEMÁS CAPTAR MENSAJES.

DE ESTA FORMA PUEDE SER AGENTE ACTIVO Y EFECTIVO EN LA RELACIÓN CON LOS DEMÁS, E INFLUIR EN EL MEDIO FÍSICO QUE LO RODEA.

ASÍ, EL INDIVIDUO PUEDE COMUNICARSE CON LOS DEMÁS EN TODO MOMENTO, A MUCHOS NIVELES, POR MUY DIVERSOS MOTIVOS, CON UN GRAN NÚMERO DE PERSONAS, Y A TRAVÉS DE DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, QUE DESDE UNA PERSPECTIVA TÉCNICA O RESTRINGIDA, SE ENTIENDEN COMO LOS SOPORTES Y TRANSPORTES DEL MENSAJE (EN OCASIONES SOPORTE Y TRANSPORTE FORMAN UNA SOLA UNIDAD, EN OTRAS SE ENCUENTRAN SEPARADOS, COMO POR EJEMPLO, EL CASO DEL PAPEL, LA CARTA, EL SOBRE, EL CORREO, ETC.); DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIOCULTURAL O AMPLIA, SE CONSIDERA QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN ES CUALQUIER RECURSO QUE PUEDE UTILIZARSE CON FINES COMUNICATIVOS, Y QUE PUEDE IR DESDE LA ESCRITURA Y EL LENGUAJE (VERBAL Y NO VERBAL), HASTA EL CINE, LA TELEVISIÓN, LA RADIO, EL PERIÓDICO, REVISTAS, LIBROS, VIDEOS, ETC.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO FUNCIONAN EN LA SOCIEDAD DE UNA MANERA AISLADA, SINO INTEGRADOS EN DIFERENTES PROCESOS DONDE INTERACTÚAN: EMISORES, MENSAJES, CANALES Y RECEPTORES.

SU USO ESTÁ EN FUNCIÓN DE LAS INTENCIONES E INTERESES DETERMINADOS POR CADA GRUPO SOCIAL O INDIVIDUO, SEGÚN SE EL CASO.

LA COMUNICACIÓN, PUES, CONSTITUYE EL FUNDAMENTO DE TODA SOCIEDAD HUMANA Y DE TODA RELACIÓN SOCIAL; ES LA BASE DE TODO LO QUE LLAMAMOS SOCIAL EN EL FUNCIONAMIENTO DEL ORGANISMO VIVIENTE, Y ES ESENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL INDIVIDUO, PARA LA FORMACIÓN Y LA EXISTENCIA CONTINUADA DE LOS GRUPOS Y PARA LAS INTERRELACIONES ENTRE LOS GRUPOS.

## 1.2 LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO (IMP)

PUES BIEN, LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN NO PUEDE CONCRETARSE, COMO YA VIMOS, TAN SÓLO AL INDIVIDUO, YA QUE ES LA FUERZA QUE PERMITE A LOS GRUPOS SU COHESIÓN, POR TANTO, TODA UNIDAD U ORGANISMO, INDEPENDIENTEMENTE DEL TIPO QUE SEA, FUNCIONA EFECTIVAMENTE CUANDO SE COMUNICA CON CLARIDAD Y SENCILLEZ.

LA NECESIDAD DE DISPONER DE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA EN CUALQUIER ORGANIZACIÓN ES TAN AGUDA, QUE ALGUNAS SECCIONES DE ELLA ESTÁN CONSAGRADAS, FUNDAMENTALMENTE, A REUNIR CIERTOS TIPOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICARLOS A TODOS LOS NIVELES.

CONSCIENTE DE ESTA NECESIDAD, Y EN APEGO A UNO DE LOS OBJETIVOS BAJO LOS CUALES FUE CREADO HACE MÁS DE 28 AÑOS, "... DIFUNDIR LOS DESARROLLOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS, Y SU APLICACIÓN EN EL ÁMBITO PETROLERO ..." <sup>6</sup> EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO CUENTA DENTRO DE SU ESTRUCTURA CON LA SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO PROFESIONAL, CUYAS FUNCIONES PRINCIPALES CONSISTEN EN PROMOVER EL INCREMENTO DE LOS CONOCIMIENTOS Y LAS APTITUDES DEL PERSONAL PROFESIONAL DE LA INDUSTRIA PETROLERA; PETROQUÍMICA Y QUÍMICA, CON EL FIN DE INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y LA EFICIEN

---

6) Folleto General del Instituto Mexicano del Petróleo, Editorial IMP, México, 1981, página 10.

GICO DE LA INDUSTRIA PETROLERA.

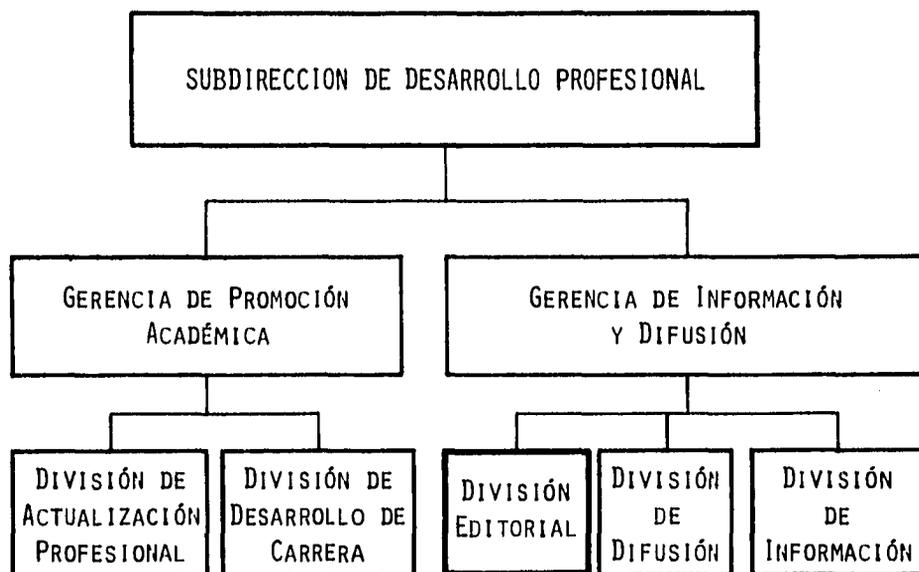
ES EN LA DIVISIÓN EDITORIAL, DONDE SE REALIZA EL PROCESO DE EDICIÓN DE LOS TRES ÓRGANOS INFORMATIVOS QUE CONFORMAN LO QUE EN EL INSTITUTO SE HA DENOMINADO COMO "CÍRCULO DE LA COMUNICACIÓN", YA QUE A TRAVÉS DE ESTAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS, QUE A CONTINUACIÓN SE DESCRIBIRÁN, EL IMP MANTIENE COMUNICACIÓN A TRES GRANDES NIVELES: INTERNACIONAL, NACIONAL E INTERNO.



SIN EMBARGO, PARA LLEVAR A CABO EL PROCESO DE EDICIÓN DE CUALQUIERA DE ESTAS PUBLICACIONES, SE REQUIRIÓ DE UN ENTRE RECTOR QUE SE ENCARGARA DE APROBAR Y SANCIONAR EL MATERIAL QUE DEBÍA PUBLICARSE, ATENDIENDO PRINCIPALMENTE LAS POLÍTICAS EN MATERIA EDITORIAL, DELINEADAS POR LA DIRECCIÓN GENERAL DEL IMP, QUE CONSISTÍAN, ENTRE OTRAS, EN REVISAR QUE LOS CONTENIDOS FUERAN DE CALIDAD, A FIN DE MANTENER Y ACRECENTAR EL PRESTIGIO DEL INSTITUTO ANTE LAS COMUNIDADES NACIONAL Y EXTRANJERA; PUBLICAR EN LOS EDITORIALES Y ARTÍCULOS LAS PRIORIDADES DEL IMP Y DEL SECTOR ENERGÉTICO, ASÍ COMO NO EDITAR INFORMACIÓN CONSIDERADA COMO SE-

CIA, MEJORAR LAS ACTITUDES HACIA EL TRABAJO, AUMENTAR LA SEGURIDAD, PROPICIAR LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, ESTIMULAR LA INVESTIGACIÓN Y DIFUNDIR LOS AVANCES QUE EN MATERIA PETROLERA SE SUSCITEN, ASÍ COMO FOMENTAR LA CULTURA.

Y ES PRECISAMENTE EN ESTA SUBDIRECCIÓN, EN LA QUE ESTÁN UBICADAS LAS ÁREAS DE COMUNICACIÓN; ME REFIERO CONCRETAMENTE A DOS DIVISIONES: LA DE DIFUSIÓN Y LA DE EDITORIAL, LAS CUALES SE PRESENTAN EN EL CUADRO QUE A CONTINUACIÓN SE ILUSTRAN:



LA DIVISIÓN DE DIFUSIÓN SE ENCARGA DEL MANEJO DE LOS MEDIOS - AUDIOVISUALES, MIENTRAS QUE LA DIVISIÓN EDITORIAL SE OCUPA DE LA ELABORACIÓN, IMPRESIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS OBRAS Y MATERIAL DIDÁCTICO RELACIONADO CON EL DESARROLLO CIENTÍFICO Y TECNOLÓ-

GICO DE LA INDUSTRIA PETROLERA.

ES EN LA DIVISIÓN EDITORIAL, DONDE SE REALIZA EL PROCESO DE EDICIÓN DE LOS TRES ÓRGANOS INFORMATIVOS QUE CONFORMAN LO QUE EN EL INSTITUTO SE HA DENOMINADO COMO "CÍRCULO DE LA COMUNICACIÓN", YA QUE A TRAVÉS DE ESTAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS, QUE A CONTINUACIÓN SE DESCRIBIRÁN, EL IMP MANTIENE COMUNICACIÓN A TRES GRANDES NIVELES: INTERNACIONAL, NACIONAL E INTERNO.

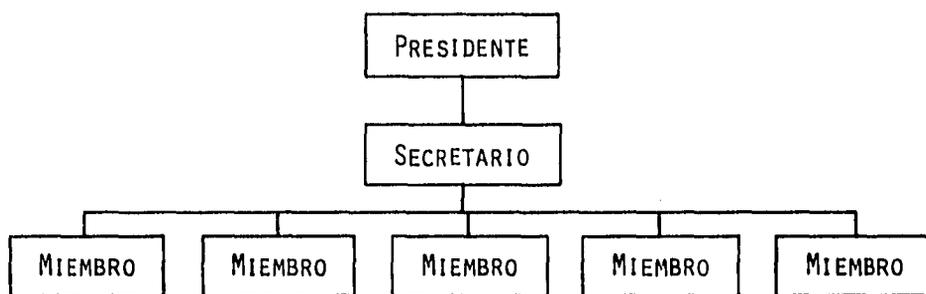


SIN EMBARGO, PARA LLEVAR A CABO EL PROCESO DE EDICIÓN DE CUALQUIERA DE ESTAS PUBLICACIONES, SE REQUIRIÓ DE UN ENTRE RECTOR QUE SE ENCARGARA DE APROBAR Y SANCIONAR EL MATERIAL QUE DEBÍA PUBLICARSE, ATENDIENDO PRINCIPALMENTE LAS POLÍTICAS EN MATERIA EDITORIAL, DELINEADAS POR LA DIRECCIÓN GENERAL DEL IMP, QUE CONSISTÍAN, ENTRE OTRAS, EN REVISAR QUE LOS CONTENIDOS FUERAN DE CALIDAD, A FIN DE MANTENER Y ACRECENTAR EL PRESTIGIO DEL INSTITUTO ANTE LAS COMUNIDADES NACIONAL Y EXTRANJERA; PUBLICAR EN LOS EDITORIALES Y ARTÍCULOS LAS PRIORIDADES DEL IMP Y DEL SECTOR ENERGÉTICO, ASÍ COMO NO EDITAR INFORMACIÓN CONSIDERADA COMO SE-

CRETA O ESTRATÉGICA QUE PUDIERA ATEINTAR CONTRA LA IMAGEN Y DESARROLLO DE LA INSTITUCIÓN.

PARA TAL FIN, EN ENERO DE 1969, LA DIRECCIÓN GENERAL CREÓ LA COMISIÓN EDITORIAL, QUE SE ENCARGARÍA DE GENERAR Y PROMOVER LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS INVESTIGADORES DEL INSTITUTO Y SUS SIMILARES NACIONALES Y EXTRANJEROS.

LA COMISIÓN EDITORIAL QUEDÓ INTEGRADA DE LA SIGUIENTE MANERA:



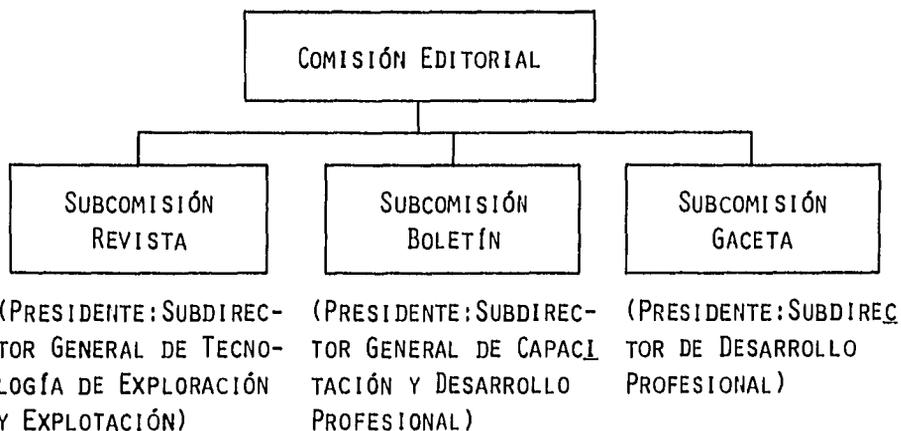
EL PRESIDENTE ES EL SUBDIRECTOR GENERAL DE TECNOLOGÍA DE EXPLORACIÓN Y EXPLOTACIÓN, EL SECRETARIO ES EL SUBDIRECTOR GENERAL DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL Y LOS CINCO MIEMBROS SON LOS OTROS TRES SUBDIRECTORES GENERALES Y LOS DOS SUBDIRECTORES DE SERVICIOS.

SIN EMBARGO, DESDE 1980, Y CON EL SURGIMIENTO DE LA GACETA IMP, LA DIRECCIÓN GENERAL DESIGNÓ TRES SUBCOMISIONES, DEPENDIENTES TODAS ELLAS DE LA COMISIÓN EDITORIAL, QUE EN ADELANTE SE ENCARGARÍAN DE CADA UNA DE LAS PUBLICACIONES, ES DECIR, UNA DE LA REVISTA, OTRA DEL BOLETÍN Y UNA ÚLTIMA DE LA GACETA, DEBIENDO INFORMAR A LA COMISIÓN SOBRE TODOS LOS ACUERDOS Y DECISIONES QUE SE TOMARAN Y QUE CONDUJERAN A ELEVAR LA CALIDAD EN EL CONTE

NIDO Y PRESENTACIÓN DE LAS PUBLICACIONES.

CABE SEÑALAR QUE ESTA DECISIÓN FUE TOMADA A PARTIR DE QUE LAS AUTORIDADES DEL INSTITUTO SE DIERON CUENTA DE QUE SERÍAN 22 REUNIONES POR AÑO LAS QUE TENDRÍA QUE EFECTUAR LA COMISIÓN EDITORIAL.

ASÍ PUES, LA SUBCOMISIÓN DE LA REVISTA QUEDÓ INTEGRADA POR LOS SUBDIRECTORES GENERALES DE RAMA, MIENTRAS QUE LAS SUBCOMISIONES DEL BOLETÍN Y DE LA GACETA POR FUNCIONARIOS QUE TIENEN NIVELES DE GERENTES O JEFES DE DIVISIÓN.



### 1.2.1 LA REVISTA DEL IMP

LA REVISTA DEL IMP, NOMBRE OFICIAL DE LA MISMA, FUE LA PRIMERA PUBLICACIÓN PERIÓDICA DE LA INSTITUCIÓN, CUYO NÚMERO INICIAL SE EDITÓ EL 30 DE ENERO DE 1970.

DESDE SU APARICIÓN, HA TENIDO COMO PROPÓSITO DAR A CONOCER LOS

AVANCES DE LA EMPRESA EN MATERIA DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS, APLICACIÓN DE PROCESOS Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS DE INTERÉS PARA LAS INDUSTRIAS PETROLERA, PETROQUÍMICA Y QUÍMICA.

ASIMISMO, HA BUSCADO MANTENER UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN LLAMADA POR LOS ESPECIALISTAS "INTRACIENTÍFICA Y EXTRACIENTÍFICA", ENTRE INVESTIGADOR-INVESTIGADOR, INSTITUCIÓN-INSTITUCIÓN E INSTITUCIÓN-INVESTIGADOR, ASÍ COMO PROPICIAR LA SUPERACIÓN PROFESIONAL A TRAVÉS DEL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS POR MEDIO DE ARTÍCULOS, REPORTAJES, NOTAS INFORMATIVAS Y DEMÁS GÉNEROS PERIÓDICOS QUE SE UTILIZAN EN LA REDACCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

RESPECTO A ESTOS DOS TIPOS DE COMUNICACIÓN QUE SE ACABAN DE MENCIONAR, EXPLICA DEL RÍO: "LA COMUNICACIÓN INTRACIENTÍFICA NO SÓLO IMPLICA LA CRÍTICA, EN OCASIONES DESPIADADA, QUE ELIMINA ERRORES Y AFIRMA PROCEDIMIENTOS, SINO QUE HA SIDO ESENCIAL PARA DEFINIR LO QUE SE CONSIDERA 'CIENTÍFICO' Y LO QUE NO".

EN CUANTO A LA COMUNICACIÓN EXTRACIENTÍFICA DICE: "ES AQUELLA REALIZADA ENTRE EL CONJUNTO DE INVESTIGADORES Y EL RESTO DE LA SOCIEDAD, Y TAMBIÉN ES ESENCIAL. MEDIANTE ELLA, LA CIENCIA SE CONVIERTE EFECTIVAMENTE EN PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD, PARA VERIFICARSE FINALMENTE EN LAS ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, FILOSÓFICAS, EDUCATIVAS, ETC."<sup>7</sup>

ESTE TIPO DE COMUNICACIÓN SE PUEDE EXPRESAR A TRAVÉS DE UNA ESTRECHA RELACIÓN ENTRE EL SISTEMA CIENTÍFICO Y LOS SISTEMAS PRODUCTIVO, EDUCATIVO, POLÍTICO Y PÚBLICO EN GENERAL, LA CUAL SE ENMARCA EN UN CONTEXTO DE NECESIDADES ESPECÍFICAS, MISMAS QUE NO SE PUEDEN SATISFACER PLENAMENTE CON UN SOLO MEDIO.

CON BASE EN ESTAS DEFINICIONES, SE PUEDE DECIR QUE CUALQUIER CENTRO DE INVESTIGACIÓN TIENE UNA NECESIDAD PROFESIONAL DE COMUNI-

---

7) Del Río, Fernando, La Comunicación en la Ciencia, Revista Ciencia, Editorial Conacyt, México, 1982, Núm. 33, página 73.

CACIÓN, YA QUE REQUIERE DE LA INFORMACIÓN Y CRÍTICA DE OTROS ORGANISMOS SIMILARES PARA REALIZAR SU INVESTIGACIÓN.

ATENDIENDO A LAS POLÍTICAS EDITORIALES DE LA COMISIÓN EDITORIAL, EL CONTENIDO DE LA REVISTA ESTÁ DIVIDIDO DE LA SIGUIENTE FORMA:

- \* EDITORIAL
- \* ARTÍCULOS TÉCNICOS
- \* NOTAS TÉCNICAS
- \* COLABORACIONES EXTERNAS DE AUTORES NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE NO PERTENECEN AL PERSONAL DEL IMP
- \* NOTICIAS PETROLERAS NACIONALES
- \* NOTICIAS PETROLERAS MUNDIALES
- \* RESÚMENES O SÍNTESIS DE LOS ARTÍCULOS (ABSTRACTS)

EN EL EDITORIAL SE HACE UN COMENTARIO SOBRE EL SUCESO MÁS RELEVANTE RELACIONADO CON LA INDUSTRIA PETROLERA, EN PRIMERA INSTANCIA, EL QUE ESTÉ MÁS LIGADO AL INSTITUTO.

EN CUANTO A LOS ARTÍCULOS Y NOTAS TÉCNICAS SE REFIERE, QUIZÁ SE PIENSE QUE ESTAMOS HABLANDO DE LOS MISMO, SIN EMBARGO, EXISTEN CIERTAS DIFERENCIAS ENTRE UNO Y OTRO QUE VALE LA PENA COMENTAR.

EL CONTENIDO DE LOS ARTÍCULOS TÉCNICOS SE REFIERE A CONTRIBUCIONES NOVEDOSAS AL CONOCIMIENTO EN UNA SOLA ÁREA, DESCRIPCIONES DE UN PROBLEMA O APORTACIONES ORIGINALES DEL AUTOR PARA SU SOLUCIÓN, SITUANDO A ÉSTAS DENTRO DEL ESTADO GENERAL DEL CONOCIMIENTO EN ESE TEMA. EN LOS ARTÍCULOS SIEMPRE SE DEBE JUSTIFICAR Y UBICAR LA CONTRIBUCIÓN.

LA EXTENSIÓN DE LOS ARTÍCULOS DEBE SER DE CINCO A TREINTA CUARTILLAS Y CONTENDRÁN LAS SIGUIENTES SECCIONES: UNA INTRODUCCIÓN, DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA, DISEÑO EXPERIMENTAL, RESULTADOS Y CONCLUSIONES, ASÍ COMO UN RESUMEN.

SU APARICIÓN DENTRO DE LA REVISTA OBEDECE A UN ORDEN POR SUBDIRECCIÓN, QUE A CONTINUACIÓN SE PRESENTA:

- SUBDIRECCIÓN DE EXPLORACIÓN
- SUBDIRECCIÓN DE EXPLOTACIÓN
- SUBDIRECCIÓN DE REFINACIÓN
- SUBDIRECCIÓN DE PETROQUÍMICA
- SUBDIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y PETROQUÍMICA
- SUBDIRECCIÓN DE INGENIERÍA DE PROYECTOS
- SUBDIRECCIÓN DE SERVICIOS TÉCNICOS

RESPECTO A LAS COLABORACIONES EXTERNAS, SE ACEPTAN TANTO ARTÍCULOS COMO NOTAS TÉCNICAS, SIEMPRE Y CUANDO CUMPLAN CON LAS CARACTERÍSTICAS ANTES DESCRITAS. ES IMPORTANTE COMENTAR QUE NO SE LE DA PREFERENCIA A NINGÚN AUTOR NACIONAL O EXTRANJERO, ÚNICAMENTE SE PUBLICAN LOS MEJORES TRABAJOS.

CASI EL 40 POR CIENTO DE LAS COLABORACIONES EXTERNAS QUE SE RECIBEN, PROVIENEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL Y DE OTROS CENTROS DE INVESTIGACIÓN DE LA PROVINCIA Y LA INICIATIVA PRIVADA.

DEL EXTRANJERO APORTAN EN SU MAYORÍA PAÍSES COMO ARGENTINA, ESPAÑA Y LA UNIÓN SOVIÉTICA, ASÍ COMO ESTUDIANTES MEXICANOS QUE HAN SIDO BECADOS (A NIVEL POSGRADO) EN UNIVERSIDADES EUROPEAS.

EN LO QUE COMPETE A NOTICIAS PETROLERAS NACIONALES Y MUNDIALES, SE PUBLICAN LOS HECHOS MÁS SOBRESALIENTES RELACIONADOS CON PEMEX Y EL IMP Y CON LA INDUSTRIA PETROLERA MUNDIAL, RESPECTIVAMENTE, GENERADOS RECIENTEMENTE O EN FECHAS ANTERIORES A LA EDICIÓN DE ESTA PUBLICACIÓN. OBTIVAMENTE EL GÉNERO PERIODÍSTICO QUE SE EMPLEA PARA LA REDACCIÓN DE LAS NOTICIAS ES LA NOTA INFORMATIVA.

POR ÚLTIMO, ESTÁ LA SECCIÓN DE RESÚMENES O "ABSTRACTS" (VOCABLO INGLÉS QUE SIGNIFICA SUMARIO, RESUMEN) DE LOS ARTÍCULOS PUBLICA

DOS, QUE SE REALIZAN CON EL PROPÓSITO DE FACILITAR LA TAREA DE LOS CENTROS DE INFORMACIÓN Y BANCOS DE DATOS EXTRANJEROS QUE INCLUYEN ESTOS RESÚMENES EN SU ACERVO DE INFORMACIÓN, COMO ES EL CASO DE LAS REVISTAS "CHEMICAL ABSTRACTS" Y "PETROLEUM ABSTRACTS", QUE TIENEN EN SU ACERVO ESTAS SÍNTESIS.

DESDE SU APARICIÓN, LA COMISIÓN EDITORIAL ESTABLECIÓ QUE LA PERIODICIDAD DE LA REVISTA FUERA TRIMESTRAL, POR LO QUE A LA FECHA SE HAN PUBLICADO 96 NÚMEROS, CUYA CANTIDAD DE PÁGINAS OSCILA ENTRE LAS 100 Y 115, CON UN TIRAJE DE 3,000 EJEMPLARES.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE LA REVISTA DEL IMP ES LA ÚNICA PUBLICACIÓN PERIÓDICA QUE SE VENDE, DECISIÓN QUE TOMÓ LA COMISIÓN EN 1981, CON MUY BUENOS RESULTADOS POR CIERTO, YA QUE NO HUBO NECESIDAD DE DISMINUIR EL TIRAJE DE LA MISMA, PUES QUIENES LA RECIBÍAN GRATUITAMENTE ACEPTARON LA POLÍTICA DE VENTA.

DEBIDO A QUE LA REVISTA SE MANIFIESTA COMO LA PRESENCIA OFICIAL DEL IMP EN DIVERSOS PAÍSES DEL MUNDO, YA QUE SUS LOGROS Y AVANCES SON CONOCIDOS EN EL EXTERIOR GRACIAS A ESTA PUBLICACIÓN, SE CONSIDERA EN LA ACTUALIDAD COMO LA "VENTANA DEL INSTITUTO AL MUNDO", PUES SE DISTRIBUYE EN PAÍSES DE AMÉRICA, EUROPA Y ASIA, TALES COMO:

REP. FED. ALEMANA	CANADÁ	ECUADOR	PORTUGAL
ARGENTINA	COSTA RICA	FRANCIA	REP. DOMINICANA
ARABIA	CUBA	ITALIA	URUGUAY
BÉLGICA	COREA	IRLANDA	VENEZUELA
BRASIL	CHILE	JAPÓN	
COLOMBIA	ESTADOS UNIDOS	PUERTO RICO	

### 1.2.2. EL BOLETÍN INFORMATIVO

PARA EL AÑO DE 1979, LA DIVISIÓN EDITORIAL PROPUSO A LA COMISIÓN EDITORIAL LA PUBLICACIÓN DE UN ÓRGANO INFORMATIVO QUE FUERA MENOS ESPECIALIZADO QUE LA REVISTA DEL IMP, QUE TUVIERA UNA PERIODICIDAD MÁS FRECUENTE QUE ÉSTA, QUE YA LLEVABA DIEZ AÑOS EDITÁNDOSE, Y QUE SIRVIERA COMO VEHÍCULO DE COMUNICACIÓN ENTRE LAS COMUNIDADES CIENTÍFICA Y TÉCNICA DEL IMP, CON LOS PROFESIONISTAS DE PEMEX Y OTRAS INSTITUCIONES, COMO UNIVERSIDADES Y TECNOLÓGICOS, PLANTELES EDUCATIVOS Y ESTUDIANTES, ASÍ COMO CON LOS SECTORES INVOLUCRADOS CON LA PETROQUÍMICA Y QUÍMICA NACIONAL.

DE ESTA PROPUESTA NACE EL BOLETÍN INFORMATIVO, EN DICIEMBRE DE 1979, BAJO LA PREMISA DE SER UN COMPLEMENTO DE LA REVISTA DEL IMP, LA CUAL POR SU PERIODICIDAD TRIMESTRAL Y SU CARÁCTER EMINENTEMENTE TÉCNICO, DIFICULTABA LA PUBLICACIÓN DE CIERTO MATERIAL QUE POR SU CONDICIÓN DE DIVULGACIÓN NO SE PRESTABA PARA INCLUIRSE EN LA REVISTA.

ASÍ PUES, EL BOLETÍN INFORMATIVO DEBÍA DAR A CONOCER LOS AVANCES MÁS SOBRESALIENTES DE CARÁCTER ACADÉMICO Y CIENTÍFICO, ASÍ COMO LOS LOGROS Y PROYECTOS EN ETAPA DE REALIZACIÓN QUE TENÍA EL INSTITUTO.

ASIMISMO, BUSCARÍA UNIFICAR LA CONCEPCIÓN DE LAS EMPRESAS ENTRE EL PERSONAL PROFESIONAL Y TÉCNICO QUE LABORA EN ELLA, Y PROMOVER SU IMAGEN EN PEMEX E INDUSTRIAS Y CENTROS DE EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN AFINES.

INICIALMENTE, LA COMISIÓN EDITORIAL DECIDIÓ QUE LA EDICIÓN DEL BOLETÍN INFORMATIVO FUERA MENSUAL, SIN EMBARGO, A PARTIR DE 1984, LA NUEVA ADMINISTRACIÓN OPTÓ POR QUE FUERA BIMESTRAL, CON EL FIN DE REDUCIR GASTOS Y PODER CREAR OTRA PUBLICACIÓN MENSUAL.

EL CONTENIDO DEL BOLETÍN INFORMATIVO QUEDÓ CONFORMADO POR LAS

SIGUIENTES SECCIONES:

- . EDITORIAL
- . ANÁLISIS ECONÓMICO
- . DESARROLLO PROFESIONAL Y CAPACITACIÓN
- . CIENCIA Y TECNOLOGÍA
- . SERVICIOS TÉCNICOS
- . NOTAS INFORMATIVAS

EN EL EDITORIAL DEBÍAN COMENTARSE LOS HECHOS MÁS SOBRESALIENTES GENERADOS EN EL PROPIO IMP, COMO POR EJEMPLO LA INNOVACIÓN EN UN PROCESO TECNOLÓGICO, ASESORÍA A OTROS PAÍSES, ETCÉTERA.

EN LA PARTE DE ANÁLISIS ECONÓMICO SE INCLUYEN ARTÍCULOS RELATIVOS A LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PAÍS, DANDO ESPECIAL ENFÁSIS AL SECTOR ENERGÉTICO.

EN LA SECCIÓN DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL SE REDACTAN ARTÍCULOS DE FONDO SOBRE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, PEDAGOGÍA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DE EMPRESAS, PSICOLOGÍA, ETC., TRATANDO DE CORRELACIONAR EL ENFOQUE DE LOS MISMOS HACIA LAS ACTIVIDADES Y PROYECTOS DE LA INSTITUCIÓN EN LAS ÁREAS DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL.

EN EL APARTADO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA, QUE SIN DUDA ES LA SECCIÓN MÁS TÉCNICA DE LA PUBLICACIÓN, SE DAN A CONOCER FUNDAMENTALMENTE LOS LOGROS Y AVANCES TÉCNICOS CONSEGUIDOS POR EL IMP EN SUS DIVERSAS ACTIVIDADES DE CARÁCTER CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO.

SERVICIOS TÉCNICOS ES LA SECCIÓN EN LA QUE SE PROMUEVEN LOS SERVICIOS QUE EL IMP PRESTA A LAS INDUSTRIAS PETROLERA, PETROQUÍMICA Y QUÍMICA. AQUÍ SE DAN A CONOCER LAS PRINCIPALES FUNCIONES Y SERVICIOS QUE OFRECE CADA SUBDIRECCIÓN, MENCIONANDO LOS RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES CON QUE CUENTA.

POR ÚLTIMO, APARECE EL APARTADO DE NOTAS INFORMATIVAS, EN ELLAS SE PUBLICAN, HACIENDO USO DEL GÉNERO INFORMATIVO A QUE HACE ALUSIÓN EL NOMBRE DE LA SECCIÓN, LOS HECHOS MÁS SOBRESALIENTES EFECTUADOS EN EL IMP, DANDO PRIORIDAD A LAS ACTIVIDADES DEL DIRECTOR GENERAL, VISITAS DE DELEGACIONES A LAS INSTALACIONES DEL IMP, FIRMA DE CONVENIOS DE ASISTENCIA O COLABORACIÓN TÉCNICA Y ACADÉMICA, ETC.

CABE MENCIONAR QUE EN ESTE PUNTO SE PUEDEN INCLUIR HECHOS QUE NO PIERDEN ACTUALIDAD , Y QUE POR EL CONTRARIO, DAN IDEA DEL PROFESIONALISMO DE LAS ACTIVIDADES DEL IMP.

DESDE SU APARICIÓN, LA EDICIÓN DEL BOLETÍN INFORMATIVO HA ORIGINADO QUE NUMEROSOS LECTORES LO TOMEN COMO FUENTE REFERENCIAL PARA EL INICIO DE CONSULTAS E INVESTIGACIONES MÁS PROFUNDAS Y ESPECIALIZADAS.

SU DISTRIBUCIÓN ABARCA TANTO AL IMP Y PEMEX, COMO INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN Y EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS, EN DONDE SE REPARTEN LOS 3,200 EJEMPLARES QUE SE IMPRIMEN.

LA IMPORTANCIA QUE HA TENIDO EL BOLETÍN RADICA EN EL HECHO DE REPRESENTAR UNA BUENA PARTE DE LA IMAGEN DEL INSTITUTO A NIVEL NACIONAL, Y DE CONTRIBUIR A LA CREACIÓN DE UNA CULTURA TÉCNICA PETROLERA ENTRE LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO, Y EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

### 1.2.3. LA GACETA IMP

EN VIRTUD DE QUE EL IMP YA CONTABA CON UNA PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD CIENTÍFICA NACIONAL Y EXTRANJERA (LA REVISTA DEL IMP), ASÍ COMO CON OTRA DE CARÁCTER TÉCNICO PARA LOS PROFESIONALES DE LAS INDUSTRIAS PETROLERA, PETROQUÍMICA Y QUÍMICA DEL PAÍS (EL BOLETÍN INFORMATIVO), LA COMISIÓN EDITORIAL CONSIDERÓ LA NECESIDAD DE REALIZAR UNA TERCERA PUBLICA-

CIÓN PERIÓDICA QUE SE ORIENTARA A TODO EL PERSONAL DEL INSTITUTO, PRINCIPALMENTE AL DE APOYO, EN LA QUE SE MANEJARA UN LENGUAJE MÁS ACCESIBLE PARA ESTE PÚBLICO Y UN CONTENIDO MUCHO MENOS TÉCNICO Y SI MÁS GENERAL.

CON LA EDICIÓN DE LA REVISTA Y DEL BOLETÍN SE HABÍA ABARCADO A DOS SECTORES BASTANTE IMPORTANTES PARA LA INSTITUCIÓN, SIN EMBARGO, EXISTÍA OTRO QUE TAMBIÉN LO ERA, Y AL QUE SE TENÍA COMPLETAMENTE ABANDONADO, YA QUE NO HABÍA NINGUNA PUBLICACIÓN CUYAS CARACTERÍSTICAS, EN CUANTO A CONTENIDO Y LENGUAJE SE REFIERE, PERMITIERAN EL ACCESO DE ESTE SECTOR DE LA POBLACIÓN.

POR TAL MOTIVO, LA COMISIÓN PENSÓ EN LLEVAR A CABO UN PERIODISMO QUE SE VENÍA APLICANDO EN OTRAS EMPRESAS, POR CONSIDERARLO COMO UNA DE LAS FORMAS ESCRITAS DE COMUNICACIÓN DE GRUPOS MÁS EFICACES, Y QUE ERA CONOCIDO COMO "HOUSE ORGAN", ES DECIR, UN ÓRGANO INFORMATIVO INTERNO, CUYO CONTENIDO SE EXPLICA EN FUNCIÓN DE VIVENCIAS PROPIAS DEL GRUPO O EMPRESA A LA QUE SIRVE, Y QUE POR TANTO TIENE UNA INFLUENCIA DIRECTA SOBRE CADA UNO DE LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD. ASÍ, SI CUALQUIER PERSONA AJENA AL INSTITUTO LEE UNA PUBLICACIÓN DE ESTE TIPO, NO RECIBE EL MISMO IMPACTO QUE SUS LECTORES HABITUALES, PORQUE QUIZÁ MUCHAS DE LAS COSAS AHÍ ESCRITAS LE SON TOTALMENTE INDIFFERENTES.

TOMANDO EN CUENTA ESTAS CONSIDERACIONES, LA COMISIÓN PROPUSO A LA DIRECCIÓN GENERAL LA CREACIÓN DE UN ÓRGANO INFORMATIVO QUE LLENARÁ EL HUECO EXISTENTE. DE DICHA PROPUESTA NACE, EN DICIEMBRE DE 1983, EL NÚMERO CERO DE LO QUE EN ADELANTE SERÍA LA GACETA IMP.

LA GACETA ES UNA PUBLICACIÓN INTERNA, CUYO OBJETIVO CONSISTE EN DIFUNDIR ENTRE EL PERSONAL DEL INSTITUTO LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES Y LAS ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, SOCIALES, CULTURALES, DEPORTIVAS Y RECREATIVAS QUE SE EFECTÚAN EN SU SENO, ASÍ COMO PROPORCIONAR INFORMACIÓN DE INTERÉS GENERAL, SUSCEPTI

BLE DE PUBLICARSE.

ADEMÁS, ESTA PUBLICACIÓN TIENE EL PROPÓSITO DE PROMOVER LA PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL DE LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS DEL IMP, PARA QUE ENVÍEN APORTACIONES SOBRE CUALQUIER TEMA DE INTERÉS GENERAL, QUE POSTERIORMENTE SERÁN SANCIONADAS POR LA COMISIÓN, Y DE SER ACEPTADAS SE PUBLICARÁN.

SU CONTENIDO ABARCA LOS SIGUIENTES RUBROS:

- . INFORMACIÓN GENERAL
- . CONSEJOS MÉDICOS
- . CULTURA
- . DEPORTES
- . RECREACIÓN

EN TODAS ESTAS SECCIONES SE PUBLICA INFORMACIÓN REFERENTE A LAS ACTIVIDADES MÁS IMPORTANTES DE LAS SUBDIRECCIONES DEL IMP, ENTRE VISTAS AL PERSONAL, NOTAS SOBRE ENTREGAS DE RECONOCIMIENTO A EMPLEADOS Y CURSOS ORGANIZADOS EN LA INSTITUCIÓN, ASÍ COMO REPORTAJES SOBRE LOS SERVICIOS MÉDICOS Y DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.

ASIMISMO, SE INCLUYEN NOTAS INFORMATIVAS SOBRE LAS ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS QUE SE LLEVAN A CABO EN EL IMP, COMO EXPOSICIONES PICTÓRICAS, CICLOS DE CINE, OBRAS DE TEATRO, TORNEOS EN DIVERSAS DISCIPLINAS, ETC. TAMBIÉN SE PUBLICAN POEMAS O CUENTOS CORTOS QUE SON APORTADOS POR PERSONAL DEL INSTITUTO, ASÍ COMO PASATIEMPOS.

SU PERIODICIDAD ES MENSUAL, POR LO QUE CADA PRIMER VIERNES DE MES SE DISTRIBUYEN 5,500 EJEMPLARES ENTRE TODO EL PERSONAL DEL IMP.

DESDE SU APARICIÓN, LA GACETA HA TENIDO UNA ACEPTACIÓN MUY NOTORIA, PUES ALGUNAS OCASIONES SE HAN LLEGADO A SOLICITAR MÁS EJEM-

PLARES DE LOS QUE PERIÓDICAMENTE SE IMPRIMEN. ADEMÁS, CABE MENCIONARLO, EL PERSONAL RESPONDIÓ DE MANERA FAVORABLE EN CUANTO A LA APORTACIÓN DE ARTÍCULOS SOBRE DIVERSOS TEMAS DE INTERÉS GENERAL PARA LA COMUNIDAD DEL INSTITUTO.

LAS TRES PUBLICACIONES ANTES REFERIDAS, CON SUS PARTICULARES DISTINTIVOS, HAN SERVIDO DE APOYO A UNO DE LOS OBJETIVOS MÁS IMPORTANTES QUE TIENE SEÑALADOS EL IMP DESDE EL MOMENTO DE SU FUNDACIÓN. CADA UNA HA DIFUNDIDO CONOCIMIENTOS, LOGROS E INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA LA COMUNIDAD PETROLERA, COLOBORANDO ENTRE LAS TRES PARA LO QUE SE PODRÍA DENOMINAR "LA FORMACIÓN DE UNA CULTURA PETROLERA MEXICANA", Y CERRANDO AL MISMO TIEMPO SU CÍRCULO DE COMUNICACIÓN, A TRAVÉS DEL CUAL HA LLEGADO A TRES GRANDES NIVELES: INTERNACIONAL, NACIONAL E INTERNO.

DADAS LAS CARACTERÍSTICAS DE ESTOS ÓRGANOS INFORMATIVOS, HAN TENIDO LA PARTICULARIDAD DE NO CONTRAPONERSE ENTRE SÍ, Y DE TENER UN TIPO ESPECÍFICO DE LECTOR, ASÍ COMO UN CONTENIDO Y ALCANCES EN CUANTO A SU DISTRIBUCIÓN DIFERENTES.

SIN EMBARGO, PARA QUE SE DÉ ESTE CÍRCULO COMUNICATIVO QUE FORMAN DICHAS PUBLICACIONES, SE NECESITA POR SUPUESTO DE LA PRESENCIA DE UN GRUPO FORMALMENTE ORGANIZADO QUE LLEVE A CABO LA ELABORACIÓN Y TODO LO QUE ESTO IMPLICA, EN CUYO CASO ES LA DIVISIÓN EDITORIAL, ÁREA DE LA QUE SE HABLARÁ EN EL CAPÍTULO SIGUIENTE.

## 2. LA DIVISION EDITORIAL DEL IMP

### 2.1 ANTECEDENTES

EN LA DÉCADA DE LOS SESENTA, EL PAÍS NO CONTABA CON SUFICIENTES TÉCNICOS EN MATERIA PETROLERA PARA OPERAR LA INDUSTRIA, Y EL GRADO DE DEPENDENCIA DE LA TECNOLOGÍA PROVENIENTE DEL EXTRANJERO ERA AÚN CONSIDERABLE, NO OBSTANTE, LAS ACCIONES SE ENCAMINARON A SUSTITUIR IMPORTACIONES DE TECNOLOGÍA, INGENIERÍA, MANO DE OBRA ESPECIALIZADA Y CAPACIDAD DE CONSTRUCCIÓN, ETC.

POR ELLO, Y TENIENDO COMO BASE QUE EL ÉNFASIS DE LA POLÍTICA NACIONAL ERA LA SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES, EN 1965, EL LICENCIADO JESÚS REYES HERÓLES, EN FUNCIONES DE DIRECTOR GENERAL DE PETRÓLEOS MEXICANOS, PRESENTÓ UNA INICIATIVA AL EJECUTIVO FEDERAL, PROPONIENDO LA CREACIÓN DE UN ORGANISMO QUE APOYARÁ A PEMEX EN LA SOLUCIÓN DE SUS PROBLEMAS TÉCNICOS Y HUMANOS.

DICHA PROPUESTA DIO COMO RESULTADO LA CREACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, EL 23 DE AGOSTO DE 1965, "COMO UN ORGANISMO DESCENTRALIZADO, DE INTERÉS PÚBLICO, CON CARÁCTER PREPONDERANTEMENTE TÉCNICO, EDUCATIVO Y CULTURAL, Y CON PERSONALIDAD JURÍDICA Y PATRIMONIO PROPIOS<sup>1</sup>, CUYOS OBJETIVOS CONSISTÍAN EN EFECTUAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, BÁSICA Y APLICADA, DESARROLLAR NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROCESOS, IMPARTIR CAPACITACIÓN A PERSONAL OBRERO, ADMINISTRATIVO Y TÉCNICO, ASÍ COMO DIFUNDIR LOS DESARROLLOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DE PEMEX Y DEL PROPIO IMP, Y SU APLICACIÓN EN EL ÁMBITO PETROLERO.

TENIENDO COMO BASE LOS OBJETIVOS Y FUNCIONES ANTES MENCIONADOS, EL INSTITUTO MEXICANO QUEDÓ ESTRUCTURADO DE LA SIGUIENTE MANERA:

---

1) Folleto del 25 Aniversario del Instituto Mexicano del Petróleo, Ed. IMP, México, 1980, páginas 15 y 16.

POR UN CONSEJO DIRECTIVO, UN DIRECTOR GENERAL, CINCO SUBDIRECCIONES GENERALES:

- 1) DE TECNOLOGÍA DE EXPLORACIÓN Y EXPLOTACIÓN,
- 2) DE TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL,
- 3) DE INGENIERÍA DE PROYECTO,
- 4) DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL, Y
- 5) DE COMERCIALIZACIÓN

ASÍ COMO DE DOS SUBDIRECCIONES DE SERVICIOS:

- 1) SERVICIOS TÉCNICOS
- 2) SERVICIOS ADMINISTRATIVOS<sup>2</sup>

UN AÑO MÁS TARDE, EL 6 DE JUNIO DE 1966, EL INGENIERO BRUNO MASCANZONI, EN AQUEL ENTONCES SUBDIRECTOR DEL INSTITUTO, Y QUIEN MÁS TARDE FUERA DIRECTOR DEL MISMO, SOLICITÓ AL INGENIERO RODOLFO RUIZ MONTALVO, COORDINADOR DE LAS ACTIVIDADES DE LA SUBDIRECCIÓN, LA PREPARACIÓN DE UN PROYECTO DE ORGANIZACIÓN PARA UNA DEPENDENCIA QUE SE ENCARGARA DEL MANEJO DE INFORMACIÓN TÉCNICA Y BIBLIOGRÁFICA DEL IMP, ASÍ COMO DE LOS SERVICIOS DE PUBLICACIÓN Y REPRODUCCIÓN DE IMPRESOS.

DE ESTA FORMA, EL PRIMERO DE MARZO DE 1967, SE INCLUYÓ EN LA ORGANIZACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN, EL CUAL ESTABA CONSTITUIDO, COMO SU NOMBRE LO INDICA, POR LAS ÁREAS DE INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN, CUYAS FUNCIONES CONSISTÍAN EN PROPORCIONAR, OPORTUNA Y ADECUADAMENTE, LA INFORMACIÓN QUE CADA ESPECIALIDAD DEL IMP REQUIRIERA, MANTENIÉNDOLA ACTUALIZADA.

ASIMISMO, DEBÍA PROVEER A LAS DEPENDENCIAS DEL INSTITUTO LOS SER

---

2) Manual General de Organización del Instituto Mexicano del Petróleo, Ed. IMP, México, 1982, página 54.

VICIOS DE EDICIÓN DE INFORMES TÉCNICOS, TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO DE PROCESOS Y PRODUCTOS, ETC., LLEVAR A CABO TRABAJOS DE COMPOSICIÓN TIPOGRÁFICA, ARTE Y FORMATO, ASÍ COMO DE LINOTIPO Y FOTOCOMPOSICIÓN, ADEMÁS DE LA DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES DEL IMP

PARA ESTO, EL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN YA CONTABA CON UN TALLER DE PUBLICACIONES, QUE TENÍA COMO OBJETIVOS EL IMPRIMIR LOS INFORMES TÉCNICOS Y DE INVESTIGACIÓN, LIBROS, MANUALES DE CAPACITACIÓN, FOLLETOS, FORMAS ADMINISTRATIVAS, Y EN GENERAL, PROPORCIONAR CUALQUIER SERVICIO DE IMPRENTA QUE REQUIRIERAN EL INSTITUTO Y PETRÓLEOS MEXICANOS.

POR OTRA PARTE, ESE MISMO AÑO, SE FORMÓ EL DEPARTAMENTO DE CURSOS ACADÉMICOS, QUE SE ENCARGÓ DE DETECTAR Y ATENDER LAS NECESIDADES ACADÉMICAS DE LOS PROFESIONALES DEL PROPIO INSTITUTO.

EN 1969, ESTE DEPARTAMENTO ADQUIRIÓ LA CATEGORÍA DE "DIVISIÓN", Y EN 1971 CAMBIÓ SU DENOMINACIÓN A PROMOCIÓN ACADÉMICA, CON EL FIN DE REFORZAR LAS LABORES BÁSICAS DE ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL Y CUBRIR OTRAS FUNCIONES DE DIVULGACIÓN, A TRAVÉS DE CIRCUITO CERRADO DE TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA, ASÍ COMO ESTABLECER RELACIONES CIENTÍFICAS Y ACADÉMICAS CON OTROS ORGANISMOS DE EDUCACIÓN Y DE INVESTIGACIÓN.

MÁS TARDE, MEDIANTE LA FUSIÓN DE LAS DIVISIONES DE PROMOCIÓN ACADÉMICA E INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN, SURGE LA SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO PROFESIONAL, EN CUYA ESTRUCTURA NACE, EL 23 DE MAYO DE 1979, LA DIVISIÓN EDITORIAL, QUE DESDE ENTONCES ES EL ÁREA EN LA QUE SE DISEÑAN Y ELABORAN TODO TIPO DE MATERIALES GRÁFICOS QUE COMPRENDEN DESDE LA ELABORACIÓN DEL CONCEPTO A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN METODOLÓGICA QUE SE EFECTÚA SOBRE EL PROYECTO, HASTA LA REALIZACIÓN DEL MISMO, INCLUYENDO LA CORRECCIÓN DEL ESTILO Y REVISIÓN TIPOGRÁFICA, ANÁLISIS DE CONTENIDO, DISEÑO EDITORIAL, DIAGRAMACIÓN DE TEXTOS, FOTOGRAFÍA, TIPOGRAFÍA, ETCÉTERA.

## 2.2 OBJETIVOS

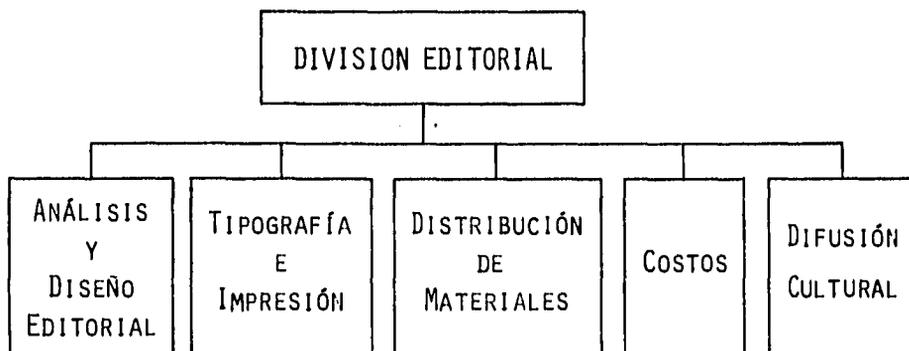
DESDE SU CREACIÓN, LA DIVISIÓN EDITORIAL HA TENIDO LOS SIGUIENTES COMPROMISOS FUNDAMENTALES:

- A) PRESERVAR Y DIFUNDIR LOS LOGROS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DEL IMP.
- B) ENRIQUECER EL ACERVO EDITORIAL CIENTÍFICO DE CARÁCTER NACIONAL E INTERNACIONAL, A TRAVÉS DE SUS DIFERENTES PUBLICACIONES PERIÓDICAS Y NO PERIÓDICAS.
- C) REALIZAR UNA ADECUADA SELECCIÓN DE AUTORES Y TEMAS POTENCIALES DE INTERÉS PARA LA INDUSTRIA PETROLERA E INDUSTRIAS AFINES.
- D) ATENDER LAS DEMANDAS DE PETRÓLEOS MEXICANOS Y DEL PROPIO IMP, EN CUANTO AL DISEÑO E IMPRESIÓN DE MANUALES Y FOLLETOS DESCRIPTIVOS QUE COADYUVEN A LA DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS OFRECIDOS POR ESTOS ORGANISMOS.
- E) DIVULGAR LOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS ALCANZADOS POR ESTAS ENTIDADES.

## 2.3 ESTRUCTURA

PARA LLEVAR A CABO SUS OBJETIVOS, LA DIVISIÓN EDITORIAL ESTÁ CONFORMADA POR CINCO DEPARTAMENTOS, MISMOS QUE A CONTINUACIÓN SE MENCIONAN:

- 1) DEPARTAMENTO DE ANÁLISIS Y DISEÑO EDITORIAL
- 2) DEPARTAMENTO DE TIPOGRAFÍA E IMPRESIÓN
- 3) DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES
- 4) DEPARTAMENTO DE COSTOS
- 5) DEPARTAMENTO DE DIFUSIÓN CULTURAL



## 2.4 FUNCIONES

CON EL PROPÓSITO DE OFRECER UNA VISIÓN MÁS AMPLIA DE LA INFRAESTRUCTURA CON QUE CUENTA LA DIVISIÓN EDITORIAL, A CONTINUACIÓN SE DESCRIBEN LAS PRINCIPALES FUNCIONES DE CADA UNO DE LOS DEPARTAMENTOS QUE LO CONFORMAN:

### **DEPARTAMENTO DE ANÁLISIS Y DISEÑO EDITORIAL**

ESTE DEPARTAMENTO SE ENCUENTRA DIVIDIDO EN DOS ÁREAS DE TRABAJO: LA DE ANÁLISIS EDITORIAL Y LA DE DISEÑO EDITORIAL, POR LO CUAL DESCRIBIREMOS SUS ACTIVIDADES POR SEPARADO.

#### **ANÁLISIS EDITORIAL:**

LAS FUNCIONES BÁSICAS DE ESTE DEPARTAMENTO SON LAS DE DETECTAR LAS NECESIDADES DE MATERIAL DIDÁCTICO QUE PUDIESE PUBLICARSE, RECOPIRAR Y CLASIFICAR LA INFORMACIÓN DISPONIBLE PARA SU PUBLICACIÓN EN LA REVISTA, EL BOLETÍN O LA GACETA DEL IMP, SELECCIONAR AUTORES POTENCIALES DENTRO DEL INSTITUTO, CON EL FIN DE INVOLUCRAR A TODOS LOS CIENTÍFICOS EN UNA LABOR EDITORIAL SERIA E INTENSA, REALIZAR LA REDACCIÓN Y CORRECCIÓN DE ESTILO DE DIVERSO MATERIAL PARA EL IMP Y PEMEX, ENTRE OTRAS.

DENTRO DEL DEPARTAMENTO DE EDITORIAL SE UBICA UNA OFICINA QUE SE ENCARGA EXCLUSIVAMENTE DEL PROCESO DE EDICIÓN DE LOS TRES ÓRGANOS INTERNOS DE COMUNICACIÓN DEL IMP; LA REVISTA, LA GACETA Y EL BOLETÍN; RECOPILA Y PROPONE ANTE LA COMISIÓN EDITORIAL EL MATERIAL QUE SE VA A PUBLICAR EN LOS MISMOS.

EN GENERAL, COORDINA TODAS LAS ACTIVIDADES QUE SE TIENEN QUE LLEVAR A CABO EN EL PROCESO EDITORIAL, DESDE LA RECOPIACIÓN DE ARTÍCULOS, REDACCIÓN DE EDITORIALES, ARTÍCULOS Y NOTAS INFORMATIVAS HASTA LA SUPERVISIÓN DE LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑO, TIPOGRAFÍA, FORMATO E IMPRESIÓN.

ASIMISMO, Y EN VIRTUD DE QUE LAS PUBLICACIONES QUE SE EDITAN TANTO PARA PEMEX COMO PARA EL IMP SON EMINENTEMENTE TÉCNICAS, SE CUENTA TAMBIÉN CON OTRA ÁREA EN LA QUE ESPECIALISTAS EN REDACCIÓN SE ENCARGAN DE HACER LA CORRECCIÓN DE ESTILO DE TODOS LOS ESCRITOS, QUE CONSISTE EN UNA REVISIÓN CONCIENZUDA EN EL TERRENO GRAMATICAL, EN LA QUE SE TOMA TODA LA INFORMACIÓN ÚTIL Y BÁSICA, Y SE DESECHA LA QUE NO LO ES, RESPETANDO SIEMPRE EL TEMA TRATADO Y EL ESTILO DE QUIEN LOS ESCRIBE.

EL CORRECTOR DE ESTILO LO QUE HACE CON ESTA TAREA ES EVITAR QUE EL ARTÍCULO CONTenga ENTRE OTROS PROBLEMAS, VICIOS DE LENGUAJE, CACOFONÍAS Y REPETICIÓN DE PALABRAS, ES DECIR, CORRIGE REDACCIÓN, ACENTUACIÓN, PUNTUACIÓN, ORTOGRAFÍA Y SINTAXIS; YA QUE DE LO QUE SE TRATA ES DE DARLE UNIDAD Y COHERENCIA A UN TEXTO A TRAVÉS DE UN LENGUAJE CLARO Y CONCISO.

ESTA ACTIVIDAD SE REALIZA CON EL FIN DE HACER MÁS FLEXIBLE E INTELIGIBLE UN ARTÍCULO, QUE POR EL EMPLEO DE TÉRMINOS TÉCNICOS Y FÓRMULAS NO ES FÁCIL DE ENTENDER POR ALGUNAS PERSONAS INTERESADAS EN LA PUBLICACIÓN.

POR OTRA PARTE, ESTA ÁREA TAMBIÉN REALIZA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS ORIGINALES ENVIADOS A LA DIVISIÓN EDITORIAL CON EL

OBJETO DE SER PUBLICADOS. EN CASO DE QUE ÉSTOS REÚNAN LOS REQUISITOS DE CALIDAD SOLICITADOS, SE LLEVA A CABO UN ESTUDIO DE MERCADO CON EL FIN DE SABER SI EL TEMA PROPUESTO TIENE POSIBILIDADES DE VENDERSE TANTO A NIVEL NACIONAL COMO INTERNACIONAL. SE INVESTIGA LA BIBLIOGRAFÍA EXISTENTE, TANTO EN ESPAÑOL COMO EN OTROS IDIOMAS, Y SI EL MERCADO ES PROPICIO SE SUGIERE LA EDICIÓN DE LA PUBLICACIÓN, INDICANDO EL TIRAJE, DISEÑO, TIPOGRAFÍA, FORMATO, TIPO DE PAPEL Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO, ASÍ COMO LOS POSIBLES COMPRADORES.

ES CONVENIENTE MENCIONAR QUE ESTA ÁREA TAMBIÉN SE ENCARGA DE PROMOVER CONVENIOS EDITORIALES CON INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL PAÍS Y DEL EXTRANJERO, COMO EL QUE TIENE POR EJEMPLO CON LA UNIVERSIDAD DE TEXAS, EN AUSTIN.

#### DISEÑO EDITORIAL:

EL DEPARTAMENTO DE DISEÑO EDITORIAL ES EL ENCARGADO DE MANTENER UNA ALTA CALIDAD EN EL DISEÑO GRÁFICO DE TODO LO QUE SE EDITA EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, COMO PUEDEN SER DESDE HOJAS-VOLANTES, TRÍPTICOS, CARTELES, FOLLETOS, INVITACIONES, Y DE MÁS MATERIAL DE DIFUSIÓN NECESARIO PARA CUBRIR LOS REQUERIMIENTOS DE PEMEX Y DEL IMP, HASTA LA ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA Y TODO EL MATERIAL QUE ELLA IMPLICA.

PARA LLEVAR A CABO SUS FUNCIONES, EL ÁREA DE DISEÑO CUENTA CON DOS SECCIONES: LA DE LOS DISEÑADORES, EN LA QUE SE REALIZAN TODOS LOS DISEÑOS DE LOS TRABAJOS QUE SOLICITAN A LA DIVISIÓN EDITORIAL, UTILIZANDO PARA ELLO LA COMBINACIÓN ADECUADA DE COLORES E IMÁGENES, Y EN DONDE LA CREATIVIDAD Y LA ORIGINALIDAD DE CADA QUIEN JUEGA UN PAPEL IMPORTANTE.

ASIMISMO, ESTÁ EL ÁREA DE FORMACIÓN, EN LA CUAL SE ATIENDEN LAS SOLICITUDES DE FORMATO PARA LIBROS, FOLLETOS Y MANUALES, ASÍ COMO LA ELABORACIÓN DE LOS ORIGINALES MECÁNICOS PARA IMPRESIÓN.

ADemás, SE REALIZA EL MATERIAL DE APOYO GRÁFICO COMO TABLAS, FIGURAS Y DIAGRAMAS PARA LAS DIVERSAS PUBLICACIONES QUE ASÍ LO REQUIERAN.

LAS ESPECIALIDADES EN EL ÁREA DE DISEÑO SON DIVERSAS, TODAS ELLAS AJUSTADAS AL CARÁCTER Y PERSONALIDAD DE LA INDUSTRIA PETROLERA; ALGUNAS DE ELLAS SON EL DISEÑO APLICADO A LA SEGURIDAD INDUSTRIAL, SEÑALAMIENTOS, ROTAFOLIOS PARA EXPOSICIÓN EN INTERIORES Y ESTERIORES Y EL DISEÑO EDITORIAL, NORMATIVO, ETC.

### **DEPARTAMENTO DE TIPOGRAFIA E IMPRESION**

EL DEPARTAMENTO DE TIPOGRAFÍA E IMPRESIÓN SE ENCUENTRA ESTRUCTURADO POR DOS ÁREAS: LA DE COMPOSICIÓN TIPOGRÁFICA Y EL TALLER DE PUBLICACIONES.

#### **COMPOSICIÓN TIPOGRÁFICA:**

ESTA ÁREA SE ENCARGA DE REALIZAR LA TIPOGRAFÍA DE LOS TEXTOS DEL MATERIAL QUE SE SOLICITA Y QUE ASÍ LO REQUIERE, UTILIZANDO PARA ELLO UN MODERNO EQUIPO QUE FACILITA LA CAPTURA Y ALMACENAMIENTO DE INFORMACIÓN.

EN TIPOGRAFÍA, COMO COMÚNMENTE SE LE DENOMINA A ESTA SECCIÓN, SE ELABORAN DESDE PEQUEÑOS TEXTOS PARA INVITACIONES, DIAGRAMAS, ETC., HASTA LA COMPOSICIÓN TIPOGRÁFICA DE LIBROS, MEMORIAS, MANUALES Y CARTELES, CON PUNTAJES QUE OŚCILAN ENTRE LOS SEIS Y LOS 78 PUNTOS, Y HACIENDO USO DE UNA VASTA GAMA DE FAMILIAS O FUENTES DE LETRAS, ENTRE LAS QUE DESTACAN LOS SIGUIENTES TIPOS: OLD ENGLISH O LETRA BOOK O NEGRITA, GARAMOND (ROMANO ANTIGUO), BODONI (ROMANO MODERNO), HELVÉTICA, MEMPHIS, ETC.

CABE DESTACAR QUE EN ESTE DEPARTAMENTO TAMBIÉN SE CUENTA CON UN EQUIPO DE COMPUTACIÓN QUE REALIZA LA FORMACIÓN TOTAL DE LAS PÁGINAS DE CUALQUIER PUBLICACIÓN, POR LO QUE, EN MUCHAS OCASIONES,

YA NO ES NECESARIA LA INTERVENCIÓN DEL FORMADOR, PUESTO QUE LOS TEXTOS SALEN LISTOS PARA IMPRIMIRSE,

#### TALLER DE PUBLICACIONES:

EL TALLER ES EL ESLABÓN FINAL DE TODA LA CADENA CREATIVA QUE SE LLEVA A CABO PARA LA MATERIALIZACIÓN DE UN PROYECTO EDITORIAL. PARA TAL FIN, CUENTA CON LAS ÁREAS DE FOTOMECÁNICA, IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN,

**FOTOMECÁNICA:** AQUÍ SE ELABORAN Y TRABAJAN LOS NEGATIVOS DE LOS ORIGINALES MECÁNICOS PARA SU REPRODUCCIÓN, YA SEA EN MEDIO TONO (BLANCO Y NEGRO) O SELECCIÓN DE COLOR, PARA POSTERIORMENTE PREPARAR LAS PLACAS PARA LA IMPRESIÓN. ESTA ÁREA CUENTA CON CÁMARAS DE FOTOMECÁNICA, PROCESADORAS DE NEGATIVOS, AMPLIFICADORAS, MESAS PARA FORMACIÓN DE PLIEGOS, ETC.

**IMPRESIÓN:** EN ESTA ÁREA SE REALIZA, VALGA LA REDUNDANCIA, LA IMPRESIÓN DE TODOS LOS TRABAJOS, PARA ELLO SE CUENTA CON SIETE MÁQUINAS QUE LLEVAN A CABO ESTA LABOR. EL TALLER DE IMPRESIÓN TIENE LA CAPACIDAD DE IMPRIMIR EN OFFSET, SERIGRAFÍA Y MASTER, DESDE UNA TINTA HASTA SELECCIÓN DE COLOR.

**ENCUADERNACIÓN:** ES EL LUGAR EN DONDE SE HACE EL ACABADO FINAL DEL MATERIAL YA IMPRESO, PARA LO CUAL SE EMPLEAN COMPAGINADORAS AUTOMÁTICAS, GUILLOTINAS, PEGADORAS, DOBLADORAS Y ENGRAPADORAS.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE EN EL TALLER DE PUBLICACIONES DE LA DIVISIÓN EDITORIAL DEL IMP, SE REALIZA LA IMPRESIÓN DE LOS DOCUMENTOS CONFIDENCIALES DE PETRÓLEOS MEXICANOS, QUE POR SU CARÁCTER E IMPORTANCIA SON CONFIADOS ÚNICAMENTE AL INSTITUTO.

#### DEPARTAMENTO DE COSTOS

EN ÉSTE SE LLEVA A CABO EL CONTROL DE LOS TRABAJOS SOLICITADOS

A LA DIVISIÓN EDITORIAL, JERARQUIZANDO POR PRIORIDADES LOS QUE SE DEBEN TERMINAR Y ENTREGAR PRIMERO, ASÍ COMO LA ELABORACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS, COSTOS Y ESTADÍSTICAS DE CRECIMIENTO PARA NUEVOS PROYECTOS A CORTO Y MEDIANO PLAZOS, PARA LO CUAL SE UTILIZA UN SISTEMA COMPUTARIZADO.

### **DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCION DE PUBLICACIONES**

ES EL DEPARTAMENTO ENCARGADO DE LA DISTRIBUCIÓN, ALMACENAMIENTO, VENTA Y CONTROL DE TODAS LAS PUBLICACIONES GENERADAS EN EL INSTITUTO.

PARA LLEVAR A CABO SUS FUNCIONES, EL PERSONAL DE ESTA ÁREA MANEJA UN SISTEMA COMPUTARIZADO CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS QUE A CONTINUACIÓN SE DESCRIBEN:

- \* SUSCRIPCIONES OTORGADAS POR DONACIÓN, INTERCAMBIO O VENTA DIRECTA
- \* AVISOS DE VIGENCIA
- \* CONTROL DE PAGOS
- \* VENTA DE NÚMEROS ATRASADOS
- \* ETC.

### **DEPARTAMENTO DE DIFUSION CULTURAL**

EN ESTE DEPARTAMENTO SE ORGANIZAN TODOS LOS EVENTOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, ENTRE LOS QUE PODEMOS DESTACAR LAS EXPOSICIONES DE PINTURA Y ESCULTURA, EVENTOS MUSICALES, FUNCIONES DE CINE, FERIAS DE LIBRO, CONFERENCIAS, PRESENTACIONES DE LIBROS, ETCÉTERA, PARA LO CUAL OBTIENEN SE DISEÑAN E IMPRIMEN LOS MATERIALES QUE REQUIEREN PARA HACER PUBLICIDAD DE DICHS EVENTOS.

## 2.5 RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

ACTUALMENTE, LA DIVISIÓN CUENTA CON UN CUADRO DE 87 PERSONAS, DE LAS CUALES 22 SON PROFESIONISTAS EN COMUNICACIÓN, PERIODISMO, DISEÑO GRÁFICO, PSICOLOGÍA E INGENIERÍA, Y EL RESTO, PERSONAL TÉCNICO, EN COMPUTACIÓN Y ARTES GRÁFICAS, Y DE APOYO.



EL PERSONAL ESTÁ DISTRIBUIDO DE LA SIGUIENTE FORMA:

JEFATURA DE DIVISIÓN: 3  
DEPARTAMENTO DE ANÁLISIS Y DISEÑO EDITORIAL: 15  
DEPARTAMENTO DE TIPOGRAFÍA E IMPRESIÓN: 57  
DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN: 5  
DEPARTAMENTO DE COSTOS: 3  
DEPARTAMENTO DE DIFUSIÓN CULTURAL: 4

CON ESTOS RECURSOS HUMANOS Y CON LA INFRAESTRUCTURA Y MATERIALES CON QUE CUENTA, LA DIVISIÓN HA PODIDO HASTA HOY, SATISFACER LAS DEMANDAS DE TRABAJO QUE TANTO PETRÓLEOS MEXICANOS COMO EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO GENERAN.

SIN EMBARGO, HAY QUE DECIRLO, NO ES UN ÁREA QUE ESTÉ TOTALMEN-

TE EQUIPADA, SOBRE TODO EN LO QUE RESPECTA AL TALLER DE PUBLICACIONES, EN DONDE ALGUNAS DE LAS MÁQUINAS IMPRESORAS SÓLO TIRAN UNA TINTA, LO QUE HACE MÁS LABORIOSO EL TRABAJO, EN COMPARACIÓN CON LAS ACTUALES QUE TIRAN HASTA CUATRO TINTAS AL MISMO TIEMPO; CARECE DE EQUIPO DE CÓMPUTO PARA DISEÑO Y EN ALGUNAS ÁREAS EL PERSONAL CON QUE CUENTA ES EXCESIVO Y POCO PRODUCTIVO, LO QUE ACARREA SERIOS PROBLEMAS EN CUESTIÓN DE COSTOS.

## 2.6 SITUACIÓN ACTUAL

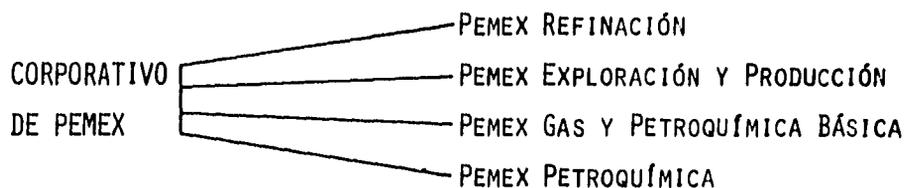
CON OBJETO DE CUMPLIR CON SU PRINCIPAL OBJETIVO PARA EL QUE FUE CREADA, LA DIVISIÓN EDITORIAL HA PROPORCIONADO, DESDE ENTONCES, LA ASISTENCIA EDITORIAL NECESARIA A DIVERSAS DEPENDENCIAS DE PETRÓLEOS MEXICANOS, YA QUE ESTA EMPRESA SIEMPRE HA CARECIDO DE UN ÁREA DE ESTE TIPO, Y EN VIRTUD DE LOS 20 Ó 30 IMPRESOS QUE SOLICITA MENSUALMENTE A LA DIVISIÓN, HA ENCONTRADO EN ELLA UN IMPORTANTE APOYO EN ESTE SENTIDO.

SIN EMBARGO, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1993, LOS TRABAJOS DEMANDADOS POR PETRÓLEOS MEXICANOS, NUESTRO CLIENTE PRINCIPAL, DISMINUYERON EN UN 40 POR CIENTO, DEBIDO AL PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN QUE SE SUSCITÓ EN PEMEX Y QUE TUVO REPERCUSIONES INMEDIATAS EN EL IMP.

SUCEDE QUE PARTE DE ESTE PROCESO CONSISTIÓ EN LA DESAPARICIÓN DE CIERTAS ÁREAS QUE EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA PARAESTATAL CONSIDERÓ INNECESARIAS, ASÍ COMO EN LA FUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE UNAS RAMAS CON OTRAS, LO QUE LÓGICAMENTE PROVOCÓ EL DESPIDO Y, EN ALGUNOS CASOS, REUBICACIÓN DE PERSONAL.

PERO ESTO NO FUE TODO, YA QUE LA EMPRESA QUEDÓ DIVIDIDA EN CUATRO SUBSIDIARIAS Y UN CORPORATIVO, QUE FORMARON PARTE DE UN PROYECTO DE DESCENTRALIZACIÓN, EN DONDE SI BIEN EL CORPORATIVO SE MANTIENE EN EL DISTRITO FEDERAL, LAS SUBSIDIARIAS SALDRÁN DE ÉSTE.

ESTO ME HACE PENSAR QUE PEMEX ESTARÁ ANTE UN DIFÍCIL RETO QUE ES LA COORDINACIÓN ENTRE EL CORPORATIVO Y LAS DISTINTAS SUBSIDIARIAS, LAS CUALES AL ADQUIRIR UN ALTO GRADO DE AUTONOMÍA, QUIZÁ CORRAN EL RIESGO DE QUERER IMPONER CADA UNA SUS PROPIAS NORMAS Y SISTEMAS ADMINISTRATIVOS, DESVINCULÁNDOSE UNAS DE OTRAS.



AHORA BIEN, ESTA SITUACIÓN OCURRIDA EN PEMEX TUVO EFECTOS INMEDIATOS EN EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, QUE SE VIO OBLIGADO A REPLANTEAR SU PROPIA ESTRUCTURA, LA CUAL TRAZÓ SOBRE LA BASE DE CONSERVAR SUS VALORES FUNDAMENTALES Y TENIENDO COMO PROPÓSITOS BÁSICOS EL BRINDAR TODO EL APOYO QUE PEMEX SOLICITE, OPERAR CON COMPETITIVIDAD Y OFRECER SERVICIOS DE CALIDAD QUE ESTÉN PLENAMENTE ORIENTADOS AL CLIENTE, EN ESTE CASO, PETRÓLEOS MEXICANOS.

EN ADELANTE, EL INSTITUTO DEBERÁ REFORZAR VÍNCULOS CON PEMEX, YA QUE LAS NUEVAS SUBSIDIARIAS NO ESTÁN OBLIGADAS A UTILIZAR SUS SERVICIOS, DADO QUE AHORA TIENEN UNA NUEVA ESTRUCTURA, Y POR TANTO, ÁREAS DE NUEVA CREACIÓN.

COMO YA LO MENCIONE ANTERIORMENTE, LOS CAMBIOS QUE SE PRESENTARON EN PEMEX PROVOCARON UNA BAJA CONSIDERABLE EN LA CARGA DE TRABAJO DE LA DIVISIÓN EDITORIAL, DEBIDO A QUE ALGUNAS DE LAS DEPENDENCIAS-CLIENTE, A LAS QUE LES PRESTABA SUS SERVICIOS, DESAPARECIERON CON LA NUEVA ESTRUCTURA, Y OTRAS AL SER FUSIONADAS ENTRE SÍ, DEJARON DE SOLICITAR TRABAJOS A LA DIVISIÓN CON LA FRECUENCIA Y EN LA CANTIDAD CON QUE LO HACÍAN ANTES DE QUE ESTO SUCEDIERA.

Y AUNQUE DURANTE LOS ÚLTIMOS MESES DE 1993 SE RECUPERARON ALGUNOS TRABAJOS QUE YA SE REALIZABAN CON ANTERIORIDAD, Y SE CONSIGUIERON OTROS MÁS, NO DEJA DE PREOCUPAR EL HECHO DE QUE LA MAYORÍA DE ESTOS ÚLTIMOS LOS SIGUEN SOLICITANDO LAS MISMAS DEPENDENCIAS A LAS QUE POR AÑOS SE LES HA PRESTADO EL SERVICIO.

LO ANTERIOR DEMUESTRA QUE A PESAR DE LLEVAR MÁS DE CATORCE AÑOS DEDICADOS A SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS DE PEMEX, AÚN EXISTEN CÍRCULOS DENTRO DE ÉSTE, EN LOS CUALES SE DESCONOCE TOTALMENTE LO QUE SE REALIZA EN LA DIVISIÓN EDITORIAL Y LOS SERVICIOS QUE OFRECE.

HECHO QUE QUIZÁ PUDIERA PASARSE POR ALTO, SI TAN SÓLO ESE DESCONOCIMIENTO SE MANIFESTARA EN PEMEX, PERO NO, HAY ÁREAS DENTRO DEL PROPIO INSTITUTO QUE TAMPOCO CONOCEN LO QUE LA DIVISIÓN REALIZA, LO CUAL OBTIENIENDO LE RESTA POSIBILIDADES DE DESARROLLO.

Y ESTE PROBLEMA SE ACRECENTA AÚN MÁS, SI CONSIDERAMOS LA CREACIÓN DE LAS SUBSIDIARIAS, LAS CUALES PROBABLEMENTE TENDRÁN NUEVOS DIRIGENTES Y, EN ALGUNOS CASOS, NUEVAS ÁREAS, QUE CIERTAMENTE NO ESTARÁN OBLIGADAS A SEGUIR UTILIZANDO LOS SERVICIOS DE LA DIVISIÓN.

TENIENDO EN CUENTA ESTA SITUACIÓN, SE SUGIERE QUE LA DIVISIÓN REFUERCE SUS VÍNCULOS CON PEMEX A TRAVÉS DE UN PROYECTO DE DIFUSIÓN, QUE LE PERMITA PENETRAR EN AQUELLOS SECTORES EN LOS QUE TAL VEZ POR FALTA DE DIVULGACIÓN NO SE SABE NADA DE ELLA, MÁXIME QUE HA SIDO LA ÚNICA ÁREA DEDICADA EXCLUSIVAMENTE A DIVULGAR LOS AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DE LA INDUSTRIA PETROLERA NACIONAL DESDE HACE MÁS DE CATORCE AÑOS.

### 3. ELEMENTOS PARA DIFUNDIR LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA DIVISION EDITORIAL DEL IMP

#### 3.1 ANTECEDENTES

IMPORTANTE E INTERESANTE INFORMACIÓN PARA LAS INDUSTRIAS PETROLERA, PETROQUÍMICA Y QUÍMICA DEL PAÍS SOBRE EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES, EXPERIMENTOS Y RESULTADOS RELACIONADOS CON LOS HIDROCARBUROS, SE HA PODIDO CONOCER GRACIAS A LA DIVISIÓN EDITORIAL, LA CUAL A LO LARGO DE SUS MÁS DE CATORCE AÑOS DE VIDA HA PUBLICADO LIBROS, REVISTAS, INFORMES Y MANUALES, ENTRE OTROS IMPRESOS.

DESTACÁNDOSE LA EDICIÓN DE LAS SIGUIENTES PUBLICACIONES:

LA COLECCIÓN DE "SERIES CIENTÍFICAS", OBRAS DE CONSULTA SOBRE LOS AVANCES ALCANZADOS Y LOS LOGROS OBTENIDOS CON INVESTIGACIONES DESARROLLADAS CON Y POR PERSONAL DEL IMP. SOBRESALEN LOS SIGUIENTES TÍTULOS:

- DATOS DE EQUILIBRIO LÍQUIDO-VAPOR Y SU TRATAMIENTO TERMODINÁMICO
- TÉCNICAS EXPERIMENTALES EN LA CARACTERIZACIÓN DE CATALIZADORES
- FUNDAMENTOS DE CATÁLISIS HETEROGÉNEA
- METALURGIA APLICADA

LIBROS SOBRE INGENIERÍA MECÁNICA, INSTRUMENTACIÓN Y CONTROL, TERMODINÁMICA, ETCÉTERA, DE ENTRE LOS QUE DESTACAN TEMAS COMO:

- METALES PUROS Y SUS ALEACIONES
- ESTRUCTURA DE LOS METALES

- TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN. CALCULADORAS PROGRAMABLES DE BOLSILLO

REVISTAS TALES COMO:

- LA REVISTA IMP
- LA REVISTA INGENIERÍA PETROLERA
- REVISTA PEMEX LEX
- REVISTA CORROSIÓN

NO OBSTANTE DE REALIZAR TAN IMPORTANTE FUNCIÓN, COMO ES LA EDICIÓN DE PUBLICACIONES, Y DE SER LA ÚNICA DEPENDENCIA QUE POR MÁS DE CATORCE AÑOS SE HA DEDICADO A DIFUNDIR LOS DESARROLLOS DE LA INDUSTRIA PETROLERA NACIONAL, AÚN HAY ÁREAS EN PEMEX Y EN EL PROPIO IMP QUE NO CONOCEN LO QUE EN ELLA SE REALIZA Y MUCHO MENOS LOS SERVICIOS QUE EN MATERIA EDITORIAL OFRECE, YA QUE SÓLO SON CONOCIDOS EN LAS DEPENDENCIAS CON LAS QUE HA MANTENIDO UNA RELACIÓN DIRECTA DESDE SU CREACIÓN.

SITUACIÓN QUE SE DEBE PRINCIPALMENTE A DOS RAZONES:

PRIMERO, A QUE QUIENES HAN ESTADO AL FRENTE DE LA DIVISIÓN EDITORIAL JAMÁS SE HAN PREOCUPADO POR DAR A CONOCER LAS FUNCIONES Y SERVICIOS DE ESTA ÁREA, YA QUE LA DEMANDA DE TRABAJO SIEMPRE HA SIDO CONSTANTE Y HASTA CIERTO PUNTO ACEPTABLE, POR LO MENOS HASTA ANTES DE QUE SE PRESENTARA LA REESTRUCTURACIÓN EN PEMEX, QUE COMO YA MENCIONÉ ANTERIORMENTE, PROVOCÓ UNA BAJA CONSIDERABLE EN LOS TRABAJOS QUE SE VENÍAN REALIZANDO.

Y SEGUNDO, DEBIDO A QUE LAS AUTORIDADES DEL INSTITUTO LE HAN DADO PRIORIDAD A LA DIFUSIÓN DE OTRAS ÁREAS, PUES CONSIDERAN QUE EL IMP TIENE FUNCIONES MÁS IMPORTANTES QUE LAS QUE REALIZA LA DIVISIÓN EDITORIAL, COMO ES LA INVESTIGACIÓN, EL DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS, ETC.

POSTURA QUE CONSIDERO ERRÓNEA, YA QUE DEFINITIVAMENTE NO SE PUEDEN DESPRECIAR LOS BENEFICIOS QUE LA DIVISIÓN HA CONSEGUIDO PARA LA INSTITUCIÓN, PUES A TRAVÉS DE LAS FUNCIONES QUE HA VENIDO DESARROLLANDO, SE HA PODIDO NO SÓLO PROYECTAR LA IMAGEN DEL INSTITUTO A NIVELES NACIONAL E INTERNACIONAL, SINO TAMBIÉN DAR A CONOCER LOS SERVICIOS, INVESTIGACIONES, TECNOLOGÍAS, PROYECTOS, DESARROLLOS, ETC., QUE LLEVA A CABO EL IMP, PEMEX Y ORGANISMOS RELACIONADOS CON LA INDUSTRIA PETROLERA DEL PAÍS, COMO ES EL CASO DE LAS DIVERSAS ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE LA INGENIERÍA.

ANTE ESTA SITUACIÓN QUE PRESENTA LA DIVISIÓN EDITORIAL, ES NECESARIO MANTENER LA CARTERA ACTUAL DE CLIENTES, Y MÁS AÚN, INCREMENTARLA, SOBRE TODO ANTE LA DETERMINACIÓN QUE LAS AUTORIDADES DEL INSTITUTO HAN TOMADO RESPECTO A QUE SE DEBE JUSTIFICAR LA PRESENCIA DE LA DIVISIÓN DENTRO DEL IMP (EN CUANTO A FACTURACIÓN DE TRABAJOS SE REFIERE), PUES DE NO HACERLO ESTA ÁREA PODRÍA DESAPARECER.

TAN SÓLO LA PARTICIPACIÓN DE EDITORIAL EN LOS EGRESOS DE 1992 FUE DE N\$4'800,573.00, REPARTIDOS ENTRE LOS SIGUIENTES CLIENTES:

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL	29.7%
DEPENDENCIAS DEL IMP	24.7%
DEPENDENCIAS DE PEMEX	41.8%
ASOCIACIONES DE PROFESIONALES DE LA INGENIERÍA, RELACIONADAS CON LA INDUSTRIA PETROLERA	3.8%

EN CUANTO A FACTURACIÓN DE TRABAJOS, CABE SEÑALAR QUE DURANTE

1992 SE ATENDIERON 2,138 ÓRDENES DE TRABAJO, COMPARADAS CON LAS 803 DEL PRIMER SEMESTRE DE 1993, QUE FUE CUANDO SUCEDIÓ LA REESTRUCTURACIÓN DE PEMEX.

PUES BIEN, COMO ERA DE ESPERARSE, EL PROBLEMA DE SU POSIBLE DESAPARICIÓN PROVOCÓ DISTINTAS REACCIONES ENTRE EL PERSONAL DE LA DIVISIÓN, POR UN LADO; HUBO PERSONAS QUE DEMOSTRARON UNA TOTAL APATÍA ANTE LA SITUACIÓN, Y POR OTRO; QUIENES, VERDADERAMENTE COMPROMETIDOS CON LA EMPRESA, DECIDIMOS BUSCAR ALTERNATIVAS QUE NOS PERMITIERAN CONTRIBUIR AL PROGRESO DEL ÁREA, Y POR TANTO A SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS POR LOS QUE ESTABA ATRAVESANDO, Y QUE NOS OBLIGABAN A PRODUCIR MÁS Y CON MEJOR CALIDAD.

### 3.2 PROPUESTA

CONSCIENTE DE LO QUE ESTABA OCURRIENDO Y PODÍA OCURRIR, DE NO TOMAR CARTAS EN EL ASUNTO, COMENTÉ CON EL JEFE DE LA DIVISIÓN EDITORIAL MI DESEO DE ELABORAR UNA PROPUESTA QUE PLANTEARA, POR UN LADO, LOS ELEMENTOS DE UN PROYECTO DE DIFUSIÓN, MEDIANTE EL CUAL SE DIERAN A CONOCER LOS SERVICIOS EDITORIALES; Y POR OTRO, CIERTAS MEDIDAS QUE, DESDE MI PUNTO DE VISTA, DEBERÍAN PONERSE EN PRÁCTICA, A FIN DE MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA DIVISIÓN.

ASÍ, LO QUE COMENZÓ POR INICIATIVA PROPIA, SE CONVIRTIÓ EN UNA PETICIÓN DE TRABAJO, PARA LA QUE SE OTORGARÍAN TODAS LAS FACILIDADES.

CON RESPECTO A LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS EDITORIALES, PRO- PONGO, EN PRIMER LUGAR, DETERMINAR LAS ÁREAS QUE POSIBILITEN LA GENERACIÓN DE TRABAJO PARA LA DIVISIÓN, Y EN SEGUNDO, LA ELABORACIÓN DE DOS MEDIOS IMPRESOS: EL TRÍPTICO Y EL CARTEL, PARA CUYA REALIZACIÓN SE APROVECHARÁ LA INFRAESTRUCTURA TÉCNICA Y HUMANA DE EDITORIAL.

ES CONVENIENTE MENCIONAR QUE DEBIDO A SU PERMANENCIA EN EL TIEM

PO, FÁCIL CONSULTA Y MENOR COSTO, ADEMÁS DE OTRAS CARACTERÍSTICAS QUE SE PLANTEAN EN ESTE CAPÍTULO, SE CONSIDERÓ A ESTOS DOS MEDIOS COMO LOS MÁS ADECUADOS PARA DIFUNDIR LOS SERVICIOS DE LA DIVISIÓN.

SIN EMBARGO, DEPENDERÁ DE LA ACEPTACIÓN Y RESULTADOS QUE DE ÉSTOS SE DESPRENDAN, LA DECISIÓN DE UTILIZAR LOS OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON QUE CUENTA EL IMP, COMO SON VIDEOS, AUDIOVISUALES, ETC.; CONTINUAR CON LOS MISMOS (AUNQUE CON NUEVOS ELEMENTOS), O BIEN, REFORZAR LA DIFUSIÓN CON OTROS MEDIOS IMPRESOS.

EN LO QUE A MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA DIVISIÓN SE REFIERE, SUGIERO SE TOMEN EN CUENTA DOCE MEDIDAS QUE PLANTEO, CON EL PROPÓSITO DE QUE EL PERSONAL DE ESTA ÁREA CAMBIE SUS ACTITUDES HACIA EL TRABAJO Y ASÍ PODAMOS OFRECER UN MEJOR SERVICIO.

DEBO ACLARAR QUE ESTOS DOCE PUNTOS A LOS QUE HARÉ REFERENCIA, SE HAN DETECTADO A PARTIR DE LO QUE HE VIVIDO Y OBSERVADO DURANTE EL TIEMPO QUE LLEVO TRABAJANDO EN LA DIVISIÓN, Y QUE CONSIDERO, SI SE PONEN EN PRÁCTICA, CAMBIARÁN MUCHO LA SITUACIÓN DE LA DIVISIÓN.

### 3.2.1. DETERMINACIÓN DE LAS ENTIDADES QUE POSIBILITAN LA GENERACIÓN DE TRABAJO PARA LA DIVISIÓN EDITORIAL

A CONTINUACIÓN SE PLANTEAN TRES PUNTOS QUE NOS PERMITIRÁN DETECTAR LAS ÁREAS QUE REQUIEREN LOS SERVICIOS DE EDITORIAL, Y EN LAS QUE HABRÁ DE EFECTUARSE LA DIFUSIÓN DE LOS MISMOS.

#### I. DIAGNÓSTICO DE MERCADO: PEMEX/IMP/ASOCIACIONES Y ORGANISMOS AFINES A LA INDUSTRIA PETROLERA

1) FÍSICO: LOCALIZACIÓN DE LAS ÁREAS DE TRABAJO

2) INSTRUMENTAL: DE ACUERDO CON CADA DIRECCIÓN DE LOS CUATRO CORPORATIVOS DE PEMEX, SE ESTABLECERÁ

UNA DEMARCACIÓN DE LAS ÁREAS DE TRABAJO  
PRIORITARIAS PARA PEMEX

- 3) COMERCIAL: SE DEFINIRÁ CUÁLES SON LOS SECTORES CON MAYOR POTENCIAL ECONÓMICO, ASÍ COMO AQUELLOS CON POSIBILIDADES PARA OFRECERLES LOS SERVICIOS

II. APROXIMACIÓN A LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS QUE REQUIEREN LOS SERVICIOS DE LA DIVISIÓN EDITORIAL

- 1) INDUSTRIA PETROLERA: PROMOCIONAR LOS SERVICIOS EN LAS ÁREAS ESPECÍFICAS DE CADA CORPORATIVO DE PETRÓLEOS MEXICANOS, PERO SOBRE TODO EN AQUELLAS QUE GENEREN TRABAJO Y SU PRODUCTIVIDAD
- 2) ASOCIACIONES U ORGANISMOS AFINES CON LA INDUSTRIA PETROLERA: ENLISTAR LAS ORGANIZACIONES EN DONDE SE VAN A PROMOCIONAR LOS SERVICIOS (VER DIRECTORIO DE PETRÓLEOS MEXICANOS, TOMO II)

III. DETERMINACIÓN DE LAS DEPENDENCIAS DE PEMEX Y DEL IMP QUE REQUIERAN PERMANENTEMENTE LOS SERVICIOS DE LA DIVISIÓN EDITORIAL

- 1) GERENCIA CORPORATIVA DE INFORMACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS. GANAR Y CONSERVAR ESTE CLIENTE ES MUY IMPORTANTE PARA LA DIVISIÓN, PORQUE ES EL ORGANISMO RECTOR EN MATERIA DE IMPRESOS PARA PEMEX
- 2) DIRECCIÓN CORPORATIVA DE ADMINISTRACIÓN
- 3) GERENCIA CORPORATIVA DE RECURSOS HUMANOS
- 4) PEMEX EXPLORACIÓN Y PRODUCCIÓN

5) PEMEX REFINACIÓN

6) GREMIOS AFINES CON LA INDUSTRIA PETROLERA:

- ASOCIACIÓN DE INGENIEROS CIVILES MEXICANOS
- ASOCIACIÓN DE INGENIEROS PETROLEROS DE MÉXICO
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INGENIEROS EN CORROSIÓN
- UNIÓN MEXICANA DE ASOCIACIONES DE INGENIEROS
- COLEGIO DE INGENIEROS PETROLEROS DE MÉXICO
- INSTITUTO MEXICANO DE INGENIEROS QUÍMICOS Y QUÍMICOS

### 3.2.2. EL TRÍPTICO Y EL CARTEL: MEDIOS IMPRESOS DE DIFUSIÓN

ARTHUR TURNBULL Y BAIRD RUSSELL DICEN: "LA PALABRA ESCRITA ES UNA EXTENSIÓN DE LA PALABRA HABLADA. DESAFORTUNADAMENTE LA TRANSFORMACIÓN DE LA LOCUCIÓN EN ESCRITURA PASA POR ALTO LA EXPRESIÓN FACIAL, LA INFLEXIÓN TONAL Y LOS GESTOS, TAN VITALES EN LA COMUNICACIÓN CARA A CARA. POR TANTO, ES NECESARIO AL PRESENTAR UN MENSAJE ESCRITO SUSTITUIR ESA PÉRDIDA, DISPONIENDO LAS PALABRAS Y SIGNOS DE PUNTUACIÓN EN LA FORMA VISUAL MÁS EFECTIVA POSIBLE".<sup>1</sup>

CON BASE EN ESTA AFIRMACIÓN, PODRÍA DECIRSE QUE LA FORMA ESTÁ INEVITABLEMENTE UNIDA AL CONTENIDO DEL MENSAJE, ES DECIR, A LOS SIGNIFICADOS O IDEAS QUE SE DESEAN COMUNICAR.

DE TAL MANERA QUE ASÍ COMO QUIEN ESCRIBE EL CONTENIDO DE UN MENSAJE TRABAJA CON UN VOCABULARIO Y UNA SINTAXIS, ENTENDIDA ÉSTA COMO LA ORDENACIÓN DE LAS PALABRAS EN ESTRUCTURAS QUE MUESTRAN LAS RELACIONES DE CADA UNA DE ELLAS, QUIEN LE DA FORMA O PRESENCIA A ESE CONTENIDO, TAMBIÉN SE APOYA EN UN CÓDIGO, SÓLO QUE ÉSTE NO CONSISTE EN PALABRAS SINO EN PUNTOS, LÍNEAS, FORMAS, TEXTURAS Y TONOS.

---

1) Turnbull, Arthur y Baird, Russell, Comunicación Gráfica, Editorial Trillas, México, 1986, página 14.

POR LO TANTO, LA EFECTIVIDAD DE UN MENSAJE IMPRESO SERÁ EL RESULTADO DE QUE PALABRAS E IMÁGENES, CONTENIDO Y FORMA, EXPRESEN UN SIGNIFICADO COMÚN.

LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, A TRAVÉS DE LOS MEDIOS IMPRESOS, REPRESENTA UN PAPEL FUNDAMENTAL EN EL DESARROLLO DEL HOMBRE, YA QUE A DIARIO Y DENTRO DE TODOS LOS ÁMBITOS DE SU VIDA (ECONÓMICO, POLÍTICO, CULTURAL, ETC.) ESTÁ PRESENTE.

SE ENTERA DE LO QUE SUCEDE EN EL PAÍS POR MEDIO DE LOS PERIÓDICOS, AUN CUANDO EN LA ACTUALIDAD HAY GENTE QUE NUNCA LOS LEEN, AMPLÍA SUS CONOCIMIENTOS MEDIANTE EL EMPLEO DE LIBROS, REVISTAS, FOLLETOS Y DEMÁS MEDIOS IMPRESOS QUE SE EDITAN, PERO TAMBIÉN CONOCE LOS ARTÍCULOS DE CONSUMO A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD IMPRESA.

BIBLIOTECAS, LIBRERÍAS Y APARADORES DE DIVERSAS TIENDAS, POR MENCIONAR ALGUNOS, SE ENCUENTRAN ATESTADOS DE MATERIALES IMPRESOS, EN LOS QUE LA CREATIVIDAD E IMAGINACIÓN DEL CONTENIDO Y LA FORMA JUEGAN UN PAPEL IMPORTANTE. LAS TÉCNICAS GRÁFICAS, SIN DUDA, APARECEN MANIFIESTAS EN CASI TODAS LAS ACTIVIDADES DEL HOMBRE, SIN EMBARGO, ÉSTAS NO SE PUEDEN UTILIZAR INDISCRIMINADAMENTE, SINO QUE SU EMPLEO DEBE OBEDECER A LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DEL MERCADO Y A QUE LA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN SEA SELECCIONADA CONFORME A LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE SE DESEA VENDER.

LOS MEDIOS IMPRESOS SON DIVERSOS EN SU NATURALEZA Y EN SUS CARACTERÍSTICAS, NO OBSTANTE, SUELEN SER COMPLEMENTARIOS UNOS DE OTROS, POR EJEMPLO: EN OCASIONES LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE UN PRODUCTO O SERVICIO X SE INICIA CON UN DETERMINADO MEDIO, Y POSTERIORMENTE SE REFUERZA CON OTRO U OTROS, SEGÚN CONVenga.

EN EL CASO PARTICULAR DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, LOS MEDIOS IMPRESOS (LIBROS, FOLLETOS, MANUALES, REVISTAS, CARTELES, TRÍPTICOS, ETC.) HAN DEMOSTRADO SU GRAN UTILIDAD Y EFICA-

CIA EN APOYO A LA EDUCACIÓN, LA INVESTIGACIÓN Y LA DIVULGACIÓN DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA; TAN SÓLO BASTA VER LA ENORME CANTIDAD DE IMPRESOS QUE EDITA LA DIVISIÓN EDITORIAL PARA TALES FINES.

PUES BIEN, TOMANDO EN CUENTA LA IMPORTANCIA QUE TIENEN LOS MEDIOS IMPRESOS EN EL DESARROLLO DEL HOMBRE, AL ESTAR PRESENTES EN TODOS LOS ÁMBITOS DE SU VIDA, ASÍ COMO LA EXPERIENCIA DE LA DIVISIÓN EDITORIAL EN LA EDICIÓN DE ESTE TIPO DE MEDIOS, Y PRINCIPALMENTE LAS VENTAJAS QUE OFRECEN, ALGUNOS DE ELLOS, EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE SERVICIOS O PRODUCTOS, SE OPTÓ POR EMPLEAR PARA LOS FINES DE ESTE TRABAJO: AL TRÍPTICO Y AL CARTEL.

A CONTINUACIÓN EXONGO LAS CARACTERÍSTICAS DE AMBOS MEDIOS QUE CONSIDERÉ MÁS IMPORTANTES, Y QUE ME AYUDARON A DECIDIRME POR SU UTILIZACIÓN.

RESPECTO AL CARTEL, DICE ESTEBAN CHÁVEZ: "ES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN VISUAL QUE LLEGA AL PÚBLICO EN FORMA DIRECTA Y RÁPIDA, SINTETIZA UNA IDEA POR MEDIO DE IMÁGENES SENCILLAS Y TEXTOS BREVES, Y LA PRESENTA EN COLORES ATRACTIVOS (INCLUYENDO EL BLANCO Y NEGRO), QUE SE APODERAN DE LA MIRADA DEL QUE PASA, PARA CENTRAR POR UN INSTANTE SU ATENCIÓN Y TRANSMITIRLE UN MENSAJE".<sup>2</sup>

EL CARTEL HA SIDO DEFINIDO POR ALGUNOS AUTORES COMO "UN GRITO EN LA PARED", QUE ATRAPA LA ATENCIÓN Y OBLIGA A PERCIBIR UN MENSAJE.

POR ELLO, LA CONCEPCIÓN DEL CARTEL DEBE SER CIEN POR CIENTO ARTÍSTICA, PUES EN ÉL PREDOMINAN LA CREATIVIDAD EN EL DISEÑO, AL IGUAL QUE LA BREVEDAD EN SU LENGUAJE. "CUANDO SE CONJUNTAN ESOS ELEMENTOS, EL CARTEL PERMANECE MÁS ALLA DEL HECHO QUE MOTIVÓ SU ELABORACIÓN".<sup>3</sup>

---

2) Chávez, Chávez, Esteban, Manual para la elaboración de carteles, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Primera Edición, México, 1987, página 7.

3) Antología de las Comisiones Regionales para la Divulgación de la Tecnología y la Ciencia, Medios Impresos, Dirección de Comunicación Social, COSNET, México, 1988, página 67.

EL CARTEL ES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EL CUAL EL MENSAJE SE CAPTA INSTANTÁNEAMENTE, DEBE PROPORCIONAR SUFICIENTE INFORMACIÓN VISUAL SOBRE EL TEMA Y EL OBJETIVO. SU COLORIDO DEBE SER ATRACTIVO, SIN QUE INTERVENGAN DEMASIADOS COLORES PARA QUE NO SE DISPERSE LA ATENCIÓN.

ASIMISMO, LA COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN Y EL TEXTO DEBE SER SENCILLA, PARA QUE AL VERLO PUEDA CAPTARSE EL MENSAJE A PRIMERA VISTA, SIN QUE DÉ LUGAR A CONFUSIÓN EN SU INTERPRETACIÓN.

SUS DIMENSIONES ESTARÁN EN FUNCIÓN DE LOS LUGARES EN QUE SERÁ EXPUESTO, EN EL CASO DEL QUE SE PROPONE TENDRÁ UN TAMAÑO DE CUATRO CARTAS.

EL CARTEL ES DE LARGA DURACIÓN DADO QUE PERMANECE EN UN MISMO SITIO POR UN TIEMPO DETERMINADO. ESTO HACE QUE SIGA COMUNICANDO SU MENSAJE A NUEVOS ESPECTADORES Y CONTINÚE INFLUYENDO SOBRE LOS QUE TIENEN LA OPORTUNIDAD DE VERLO VARIAS VECES.

ADemás EL CARTEL ACTÚA POR REPETICIÓN, SU DESARROLLO ESTÁ RELACIONADO CON LOS MEDIOS TÉCNICOS DE REPRODUCCIÓN: LA TIPOGRAFÍA, LA CUAL DESEMPEÑA UN PAPEL VITAL EN EL DISEÑO, LA LITOGRAFÍA Y, SOBRE TODO, EL OFFSET, PERMITEN IMPRIMIR MILES DE EJEMPLARES. "EL HOMBRE NO CAPTA SU MENSAJE SINO CUANDO ÉSTE APARECE REPETIDO."<sup>4</sup>

SIN EMBARGO, LLEGA SIEMPRE UN MOMENTO EN EL CUAL EL CARTEL PIERDE VALIDEZ, PUES LA SATURACIÓN DEL MISMO YA NO SURTE EFECTO EN EL RECEPTOR, Y ENTONCES ES CONVENIENTE REALIZAR OTRO.

Y AUNQUE LA VARIEDAD ES DESEABLE, NO SE RECOMIENDA EL CAMBIO TOTAL, YA QUE "SE HA COMPROBADO QUE SERIES DE CARTELES SON MÁS EFICACES CUANDO SE CONSERVAN UNO O DOS ELEMENTOS PERMANENTES:

---

4) Idem, página 69.

EL GRAFISMO, LA LEYENDA, EL PERSONAJE, EL COLOR, ETC."<sup>5</sup>

"POR SUS CARACTERÍSTICAS Y DE ACUERDO CON LA FUNCIÓN Y CONTENIDO QUE PRESENTA, EL CARTEL PUEDE SER DE VARIOS TIPOS: EDUCATIVO, CULTURAL, COMERCIAL Y POLÍTICO".<sup>6</sup>

- . EDUCATIVO: CUANDO LOS TEMAS QUE PRESENTA ESTÁN RELACIONADOS CON ASPECTOS DE ENSEÑANZA Y NORMAS DE CONDUCTA.
- . CULTURAL: CUANDO ESTÁ DESTINADO A PROMOVER ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y DIVERSAS MANIFESTACIONES DE LA CULTURA.
- . COMERCIAL: FUNCIONA COMO UN MEDIO PUBLICITARIO PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS (DE ESTE TIPO SERÁ EL QUE SE PROPONGA PARA EL PROYECTO).
- . POLÍTICO: ES EL QUE HACE PROPAGANDA SOBRE VALORES POLÍTICOS DE GRUPOS E INDIVIDUOS.

DEPENDIENDO DEL LUGAR EN EL QUE DESEE COLOCARSE Y DEL PÚBLICO AL QUE ESTARÁ DIRIGIDO, EL CARTEL SE DIVIDE EN DOS GRUPOS:

- 1) LOS CARTELES PROYECTADOS PARA COLOCARSE EN MUROS EXTERIORES, LOS CUALES ESTÁN DESTINADOS AL PÚBLICO EN GENERAL, A PERSONAS QUE VAN DE PASO, ETC.
- 2) LOS CARTELES PARA COLOCARSE EN MUROS INTERIORES, EN ESCAPARATES Y EN MOSTRADORES. ESTE GRUPO DE CARTELES ESTÁN DESTINADOS A UN PÚBLICO MÁS ESPECIALIZADO O QUE TIENE UN INTERÉS DE TERMINADO Y PUEDE DETENERSE A VERLOS CON MÁS CALMA.

---

5) Antología de las Comisiones Regionales para la Divulgación de la Tecnología y la Ciencia, Medios Impresos, Dirección de Comunicación Social, COSNET, México, 1988, página 69.

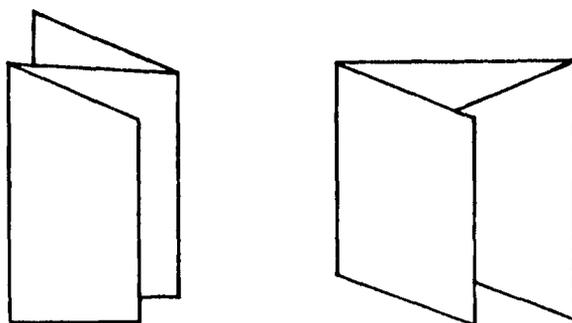
6) Swann, Alan, Bases del Diseño Gráfico, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1990, página 131.

EN LO QUE AL TRÍPTICO SE REFIERE, CABE SEÑALAR QUE PARA ALGUNOS AUTORES, COMO ALAN SWANN Y ESTEBAN CHÁVEZ, ÉSTE ES UNO DE LOS PRIMEROS MEDIOS QUE SE RECOMIENDA UTILIZAR EN LA PROMOCIÓN DE ALGÚN SERVICIO O PRODUCTO, DE AHÍ QUE SE LE DENOMINE "COMO DE PRIMERA INTENCIÓN".<sup>7</sup> ADEMÁS COMO UN MEDIO COMPLEMENTARIO DE PUBLICIDAD, QUE PUEDE SERVIR DE APOYO O REFUERZO A OTRO U OTROS MEDIOS, Y ES FÁCILMENTE ACEPTADO COMO UN MEDIO DIRECTO DE PROMOCIÓN.

EL TRÍPTICO ES UN IMPRESO DE TAMAÑO CARTA, CUYO FORMATO PERMITE MOSTRAR DE MODO RESUMIDO E IMPACTANTE EL MENSAJE DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE SE DESEA DAR A CONOCER.

SU FORMATO TAMBIÉN PERMITE DIVIDIRLO EN TRES PARTES IGUALES, DE LAS CUALES LAS DOS LATERALES PUEDEN DOBLARSE SOBRE LA DEL CENTRO, O EN FORMA DE ACORDEÓN, DANDO OPCIÓN ASÍ A QUE LA INFORMACIÓN SE REPRODUZCA SUCESIVAMENTE EN LAS SEIS CARAS QUE SE FORMAN AL EFECTUAR DICHS DOBLECES.

EL PLEGADO DE ESTE IMPRESO DEPENDERÁ DEL MEJOR EFECTO QUE SE PRODUZCA. SIN EMBARGO, SE DEBE UTILIZAR LA PARTE FRONTAL DEL TRÍPTICO PARA DAR MÁS FUERZA E IMPACTO AL MENSAJE.



---

7) Idem, página 120.

UNA VEZ QUE YA SE TIENE BIEN DEFINIDO LO SIGUIENTE:

- . EL CONCEPTO QUE SE QUIERE EXPRESAR: LO QUE QUIERO COMUNICAR Y CÓMO LO QUIERO COMUNICAR,
- . LOS MEDIOS QUE SE VAN A UTILIZAR, Y
- . LAS NECESIDADES DEL CLIENTE,

SE PROCEDERÁ A LA ELABORACIÓN DE LOS MEDIOS, PARA LO CUAL SE REQUERIRÁ DE DOS PERSONAS QUE PIENSEN EN CONCEPTOS, IMÁGENES Y PALABRAS: UN REDACTOR Y UN DISEÑADOR GRÁFICO.

### 3.2.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN LOS ELEMENTOS BÁSICOS QUE DEBERÁN CONTENER TANTO EL TRÍPTICO COMO EL CARTEL QUE SE PROPONEN PARA EL PROYECTO DE DIFUSIÓN, ME REFIERO A UN TEXTO QUE SE UTILIZARÁ COMO CONTENIDO DEL TRÍPTICO, Y DEL CUAL SE RETOMARÁ LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA EL CARTEL; ASÍ COMO UNA FRASE PUBLICITARIA O SLOGAN, LOS ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN (LOGOTIPO Y LOGOGRAMA) Y EL DISEÑO DE AMBOS MEDIOS.

#### I. TEXTO

LA DIVISIÓN EDITORIAL DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO SE CREÓ CON EL PROPÓSITO DE APOYAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LA INDUSTRIA PETROLERA, MEDIANTE LA ELABORACIÓN, DISEÑO Y EDICIÓN DE MANUALES, FOLLETOS, LIBROS, REVISTAS Y DEMÁS MATERIAL IMPRESO, SOBRE LOS TRABAJOS DESARROLLADOS EN NUESTRA INSTITUCIÓN Y EN PEMEX, VINCULANDO DE ESTA MANERA A AMBAS DEPENDENCIAS CON EL MUNDO CIENTÍFICO Y ACADÉMICO Y PROPICIANDO EL INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS A NIVELES NACIONAL E INTERNACIONAL.

HA SIDO LA DIVISIÓN EDITORIAL LA ÚNICA ÁREA QUE POR MÁS DE CATORCE AÑOS HA DADO A CONOCER LOS LOGROS Y AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DE LA INDUSTRIA DEL PETRÓLEO, Y A LA QUE EL SEÑOR FRANCISCO ROJAS, DIRECTOR GENERAL DE PETRÓLEOS MEXICANOS, SOLICITA LA EDICIÓN DE LOS INFORMES Y PROYECTOS CONFIDENCIALES

QUE PRESENTA ANTE EL PRESIDENTE DE NUESTRO PAÍS.

DESDE SUS INICIOS, LA DIVISIÓN HA DEMOSTRADO LA GRAN UTILIDAD Y EFICACIA QUE LOS MEDIOS IMPRESOS APORTAN EN APOYO A LA INVESTIGACIÓN, LA EDUCACIÓN Y LA DIVULGACIÓN DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA, ASÍ COMO LA EFICIENCIA DE LAS PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS, COMO IMPORTANTES INSTANCIAS DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL.

COMO SABEMOS QUE USTED REQUIERE DE SERVICIOS EN MATERIA EDITORIAL, Y QUE PODEMOS SERVIRLE CON LA CALIDAD Y PRONTITUD QUE ME RECE, PONEMOS A SU DISPOSICIÓN LOS SERVICIOS DE:

- . REDACCIÓN
- . ANÁLISIS DE CONTENIDO
- . CORRECCIÓN DE ESTILO
- . TIPOGRAFÍA
- . DISEÑO GRÁFICO
- . FORMACIÓN DE ORIGINALES
- . FOTOMECÁNICA
- . IMPRESIÓN
- . ENCUADERNACIÓN
- . DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES

CONTAMOS CON PROFESIONALES DE DIVERSAS ESPECIALIDADES DE LA COMUNICACIÓN, QUIENES SE ENCARGARÁN DE DISEÑAR Y REALIZAR TODO TIPO DE MATERIALES GRÁFICOS, QUE COMPRENDEN DESDE UN SIMPLE VOLANTE DE MANO HASTA EL DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA.

ACTUALMENTE, ESTAMOS REALIZANDO ESFUERZOS PARA MEJORAR NUESTROS SERVICIOS EN CALIDAD, OPORTUNIDAD Y BAJO COSTO.

NO DUDE EN CONSULTARNOS, ESTAMOS A SUS ÓRDENES EN:

DIVISIÓN EDITORIAL DEL IMP  
EDIFICIO ANTONIO DOVALÍ JAIME  
PRIMER PISO  
TELÉFONO: 368-1799

## II. FRASE PUBLICITARIAS

- LA CALIDAD Y EXCELENCIA TOTAL DE NUESTROS SERVICIOS ES NUESTRO MAYOR COMPROMISO
- LA DIVISIÓN EDITORIAL: UN UNIVERSO DE OPCIONES PUBLICITARIAS PARA USTED
- EN LA DIVISIÓN HACEMOS REALIDAD SU IMAGINACIÓN
- LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ES NUESTRO MAYOR ALICIENTE
- EN COMUNICACIÓN TENEMOS EL MEJOR PAQUETE PARA SU DEPENDENCIA
- EN LA EDICIÓN DE PUBLICACIONES SOMOS DE LOS MEJORES
- EN COMUNICACIÓN, EDITORIAL ES LA MEJOR OPCIÓN

## III. ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN: VERBALES Y VISUALES

TOMANDO EN CUENTA QUE HASTA EL MOMENTO NO EXISTE NINGÚN ELEMENTO QUE IDENTIFIQUE A LA DIVISIÓN EDITORIAL, SE SUGIERE TAMBIÉN COMO PARTE DEL PROYECTO, DESARROLLAR UN LOGOTIPO QUE CONTENGA TANTO LA REPRESENTACIÓN GRÁFICA COMO LA LEYENDA QUE DESCRIBA EL NOMBRE DEL ÁREA.

### ELEMENTOS VERBALES:

NOMBRE OFICIAL DEL ÁREA: DIVISIÓN EDITORIAL

#### ELEMENTOS VISUALES:

- . LOGOTIPO: REPRESENTACIÓN GRÁFICA O SIMBÓLICA QUE PUEDE SER USADA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN, RAZÓN POR LA CUAL DEBERÁ SER UTILIZADO ESTRICTAMENTE BAJO CIERTOS LINEAMIENTOS GRÁFICOS ESTABLECIDOS PARA SUS APLICACIONES.
- . LOGOGRAMA: TEXTO O LEYENDA QUE IDENTIFICA O DESCRIBE EL NOMBRE DEL ÁREA, Y AL IGUAL QUE EL LOGOTIPO DEBE SER EMPLEADO ESTRICTAMENTE BAJO LINEAMIENTOS GRÁFICOS ESTABLECIDOS PARA SUS APLICACIONES.

#### IV, DISEÑO GRÁFICO DEL TRÍPTICO Y DEL CARTEL

EL DISEÑO DE LOS DOS MEDIOS QUE SE SUGIEREN UTILIZAR PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA DIVISIÓN EDITORIAL, CONSTAN DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:

UN LOGOTIPO: EN ESTE CASO SE UTILIZA EL DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO Y NO EL QUE SE DISEÑO PARA LA PROPIA DIVISIÓN, DEBIDO A QUE AÚN NO SE TIENE LA SEGURIDAD DE QUE PERMITAN APLICARLO, SOBRE TODO PORQUE NINGUNA OTRA ÁREA DEL IMP MANEJA UNO PROPIO.

SIN EMBARGO, AL EMPLEAR EL DEL IMP, RESPALDARÁ E IDENTIFICARÁ A LA DIVISIÓN, COMO UNA DEPENDENCIA QUE FORMA PARTE DE UNA ORGANIZACIÓN SERIA Y RESPONSABLE, QUE POR MÁS DE 29 AÑOS SE HA DEDICADO A LA INVESTIGACIÓN EN MATERIA PETROLERA.

FRASE PUBLICITARIA: CUYO BREVE MENSAJE EXTERNA TODA UNA FILOSOFÍA Y UNA FORMA DE TRABAJO EN EL ÁREA EDITORIAL, OFRECIENDO COMO COMPROMISO TRABAJOS Y SERVICIOS DE ALTA CALIDAD.

MENSAJE GRÁFICO: EL CUAL PRESENTA LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:

- A) RECUADROS BLANCOS QUE INDICAN LOS DIVERSOS SERVICIOS QUE SE OFRECEN, Y QUE FORMAN PARTE DEL PROCESO EDITORIAL.
- B) DOS TRIÁNGULOS QUE TRATAN DE DAR UNA IMAGEN DE SOPORTE, CUYA PROYECCIÓN ES HACIA ARRIBA, LO CUAL COMBINADO CON EL COLOR AZUL DE FONDO, DA UNA SENSACIÓN DE ALTURA, LIMPIEZA, ETC.
- C) UNA FLECHA QUE POSA SOBRE UNA CUADRÍCULA BLANCA, CON LO QUE SE QUIERE PROYECTAR PLANEACIÓN Y ORDEN, ASÍ COMO PROGRESO MEDIANTE DICHA PLANEACIÓN.

CON EL PROPÓSITO DE DARLE CONTINUIDAD AL PROYECTO DE DIFUSIÓN, SE UTILIZARÁ EL MISMO DISEÑO PARA EL TRÍPTICO Y EL CARTEL.

A CONTINUACIÓN SE MUESTRA EL DISEÑO GRÁFICO QUE SE PROPONE PARA AMBOS MEDIOS.



D I V I S I O N  
E D I T O R I A L

---



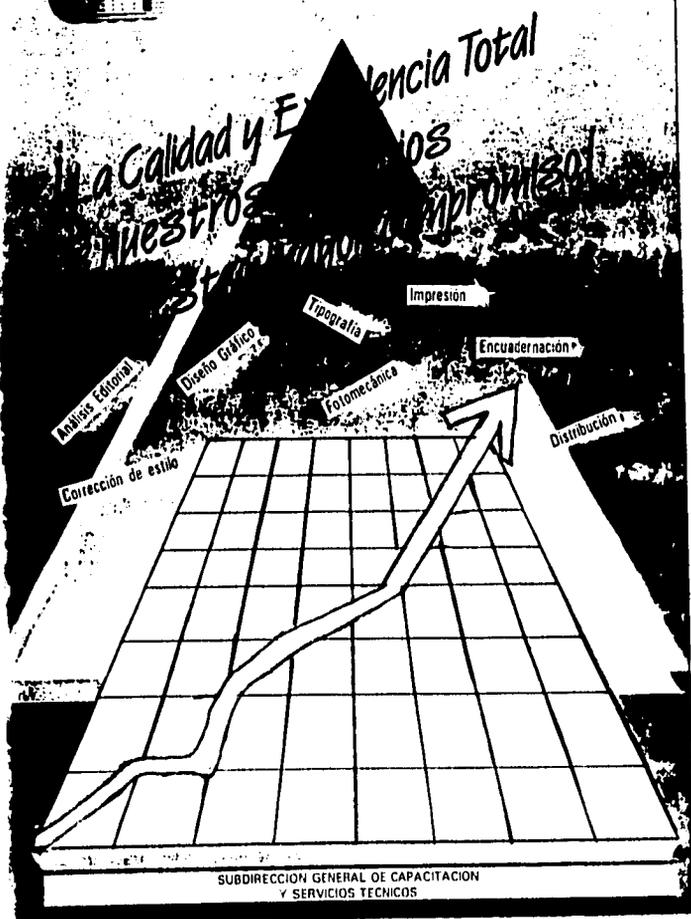
INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

*¡La Calidad y Experiencia Total  
de nuestros servicios  
es nuestro mayor compromiso!*





INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO



### 3.2.4. RECONOCIMIENTO DE LA FUNCIONALIDAD DE LA DIVISIÓN EDITORIAL

CON EL PROPÓSITO DE DETERMINAR SI LA DIVISIÓN EDITORIAL HA FUNCIONADO CORRECTAMENTE, O SI SE REQUIERE DE UNA RECONVERSIÓN DE ACTIVIDADES, ACTITUDES, DISPOSICIONES, MOTIVACIONES Y CONDICIONES FÍSICAS Y TÉCNICAS DE TRABAJO, SE PROPONEN LAS SIGUIENTES DOCE ACCIONES, QUE DESDE MI PUNTO DE VISTA DEBERÍAN APLICARSE A FIN DE MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA MISMA, LO CUAL REDUNDA RÁ EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE.

- 1) LA DIVISIÓN EDITORIAL DEBE AGRUPAR GENTE QUE DEMUESTRE Y HAYA DEMOSTRADO UNA DINÁMICA DE DESARROLLO CONSTANTE, QUE TENGA MENTALIDAD DE PROGRESO, CONCIENCIA DE PROSPERIDAD Y ESFUERZO SOSTENIDO, Y NO DE SIMPLES BURÓCRATAS "COBRA-SUELDOS" QUE NO TIENEN INTERÉS ALGUNO EN SI SU FUENTE DE TRABAJO FUNCIONA BIEN O MAL.
- 2) EVITAR A ESA GENTE QUE NO SEPA TRABAJAR ARMONIOSA Y PRODUCTIVAMENTE EN EQUIPO (YA QUE ESTO ES PRECISAMENTE LA DIVISIÓN EDITORIAL, UN EQUIPO DE TRABAJO ENCAMINADO A SATISFACER UN FIN COMÚN), Y QUE SIEMPRE TIENE A FLOR DE LABIOS EXPRESIONES COMO: "ESO NO ME TOCA A MÍ", "ESO NO ME GUSTA", "¡POR QUÉ YO!", "A MI LO MÍO Y PUNTO", ETC.
- 3) REDUCIR LA PLANTILLA DE PERSONAL, EVITANDO QUE NO EXISTA LA DUPLICACIÓN DE FUNCIONES, FORMULANDO DESCRIPCIONES CLARAS DE LAS LABORES QUE CORRESPONDEN A CADA PUESTO, Y CONSIDERANDO QUE LAS CARGAS DE TRABAJO SEAN LAS ADECUADAS.
- 4) HACER LAS COSAS CON CALIDAD, ES DECIR, TOMAR UNA RESPONSABILIDAD PERSONAL HACIA HACER LAS COSAS CORRECTAMENTE, SIN ARGUMENTAR PRETEXTOS Y JUSTIFICACIONES TONTAS, LO CUAL SE LOGRará SI EL AMBIENTE Y CONDICIONES DE TRABAJO SON SATISFACTORIAS.

- 5) CAMBIAR ESA ACTITUD DE APATÍA HACIA EL TRABAJO DE ALGUNAS PERSONAS, Y ANALIZAR LOS PROCESOS PARA DETERMINAR LOS LUGARES Y ÁREAS DONDE EXISTAN FALLAS.
- 6) EVITAR EL ENCARDECIMIENTO DE LOS COSTOS DE NUESTROS SERVICIOS, CON EL FIN DE HACERLOS MÁS COMPETITIVOS. ESTO SE LOGRARÁ EVITANDO DESPERDICIOS DE TIEMPO, ENERGÍA, MATERIALES Y ESFUERZOS.
- 7) TOMAR CONCIENCIA Y ENTENDER EL PAPEL QUE JUEGA CADA PERSONA (Y QUE ENCUENTRE SATISFACCIÓN EN ELLO) DENTRO DE LA DIVISIÓN Y DE SU PROPIA ÁREA, YA QUE SE HA PERCIBIDO UNA DIVISIÓN EDITORIAL FORMADA POR DEPARTAMENTOS AISLADOS, QUE LUCHAN POR SER LOS MEJORES A COSTA DE LOS OTROS, Y ESTO AUNQUE APARENTEMENTE CAUSE RISA, ES UN PROBLEMA MUY SERIO PORQUE SIGNIFICA UNA LUCHA ESTÉRIL POR VER QUÉ PERSONA O DEPARTAMENTO ES MÁS IMPORTANTE, Y SE OLVIDA QUE EL RESULTADO QUE INTERESA ES EL DE TODO UN EQUIPO.
- 8) AMPLIAR Y MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA CON QUE ACTUALMENTE CUENTA LA DIVISIÓN, CON LA FINALIDAD DE AUMENTAR EN CALIDAD Y CANTIDAD.
- 9) EMPRENDER UN ESFUERZO SIN PRECEDENTE EN MATERIA DE CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, DESDE LOS ALTOS DIRECTIVO, PARA DESEMPEÑAR MEJOR LA FUNCIÓN ESTRATÉGICA, HASTA LOS PUESTOS OPERATIVOS.
- 10) DAR RESPUESTA INMEDIATA A LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES, EN CUANTO A COTIZACIONES, SERVICIOS Y FACTURACIÓN, PARA NO PERDER OPORTUNIDADES FRENTE A LA COMPETENCIA.
- 11) MANTENERSE PERMANENTEMENTE INFORMADOS DE LOS COSTOS DE LA COMPETENCIA Y DE LA CALIDAD Y OPORTUNIDAD DE SUS SERVICIOS.

- 12) TOMAR CONCIENCIA DE QUE LA DIVISIÓN ES COMO UNA CADENA FORMADA POR DIVERSOS ESLABONES, EN LA QUE TODOS ELLOS SON IGUAL DE IMPORTANTES, Y QUE AL FALLAR UNO TODA LA DIVISIÓN FALLA, POR LO QUE EN LA MEDIDA EN QUE TODAS Y CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE INTEGRAN A ESTA ÁREA DESARROLLEN MÁS Y MEJOR SUS FUNCIONES, ÉSTA OBTENDRÁ GRANDES BENEFICIOS.

## CONCLUSIONES

DESDE EL COMIENZO DE SU EXISTENCIA, EL SER HUMANO PARTICIPA EN EL COMPLEJO PROCESO DE ADQUIRIR LAS REGLAS DE LA COMUNICACIÓN, LA CUAL HA DESEMPEÑADO UN PAPEL TRASCENDENTAL EN LA DINÁMICA DEL DESARROLLO DEL SER HUMANO.

LA COMUNICACIÓN CONSTITUYE EL FUNDAMENTO DE TODA SOCIEDAD HUMANA Y DE TODA RELACIÓN SOCIAL. ES EL PROCESO QUE HA HECHO POSIBLE QUE LOS HOMBRES PARTICIPEN MUTUAMENTE SUS ESTADOS SUBJETIVOS E INTERCAMBIEN SUS IDEAS, PENSAMIENTOS Y SENTIMIENTOS.

Y AUNQUE NO HAY UN ACUERDO TOTAL ENTRE LOS CIENTÍFICOS SOCIALES SOBRE EL CONCEPTO "COMUNICACIÓN", LAS PRINCIPALES DEFINICIONES IMPLICAN TANTO INTERACCIÓN COMO EFECTO, ES DECIR, LA COMUNICACIÓN NO SE LIMITA A TRANSMITIR MENSAJES PARA QUE SE QUEDEN ALMACENADOS, SINO QUE SE PROPONE PROMOVER UNA RESPUESTA O UNA REACCIÓN EN EL RECEPTOR, SEA ÉSTE UNA PERSONA, UN GRUPO, ETC.

EVIDENTEMENTE LA COMUNICACIÓN SE PUEDE DAR A MUCHOS NIVELES, POR MUY DIVERSOS MOTIVOS, ENTRE UN GRAN NÚMERO DE PERSONAS, EN MÚLTIPLES FORMAS Y A TRAVÉS DE DIFERENTES MEDIOS; NO ÚNICAMENTE EL INDIVIDUO DEPENDE DE ELLA PARA SU DESARROLLO SINO CUALQUIER ORGANISMO, YA QUE LA COMUNICACIÓN ES LA FUERZA QUE PERMITE A LOS GRUPOS SU COHESIÓN.

EN EL CASO CONCRETO DEL IMP, LA COMUNICACIÓN HA SIDO VITAL PARA SU DESARROLLO, PUES LE HA PERMITIDO RELACIONARSE CON OTROS ORGANISMOS AFINES, ASÍ COMO TRANSMITIR LOS CONOCIMIENTOS, LOGROS Y AVANCES DE SUS INVESTIGADORES.

ACTIVIDADES QUE HA PODIDO CONCRETAR GRACIAS A LA EDICIÓN DE DIVERSOS MEDIOS IMPRESOS, PRINCIPALMENTE DE SUS TRES PUBLICACIONES PERIÓDICAS: LA REVISTA DEL IMP, EL BOLETÍN INFORMATIVO Y

LA GACETA IMP, MEDIANTE LAS CUALES HA PODIDO LLEGAR A DIFERENTES PÚBLICOS: INTERNACIONAL, NACIONAL E INTERNO.

SIN EMBARGO, LA EDICIÓN Y TODO LO QUE ESTO CONLLEVA, NO SE HUBIERA PODIDO LOGRAR DE NO EXISTIR LA DIVISIÓN EDITORIAL QUE, COMO YA MENCIONÉ, HA SIDO LA ÚNICA ÁREA QUE DESDE HACE MÁS DE CATORCE AÑOS SE HA DEDICADO A DIFUNDIR LOS ACONTECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA PETROLERA NACIONAL.

LA DIVISIÓN HA DEMOSTRADO A LO LARGO DE SU DESARROLLO LA GRAN UTILIDAD Y EFICACIA QUE LOS MEDIOS IMPRESOS APORTAN EN APOYO A LA INVESTIGACIÓN, LA EDUCACIÓN Y LA DIVULGACIÓN DE LA CIENCIA, Y LA TECNOLOGÍA, ASÍ COMO LA EFICIENCIA DE LAS PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS, COMO IMPORTANTES INSTANCIAS DE CAPACITACIÓN COLECTIVA DE PERSONAL.

ADEMÁS, HA SIDO LA ÚNICA ÁREA DEDICADA A SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS EDITORIALES DE PEMEX Y EL IMP Y LA ENCARGADA DE DAR A CONOCER, A TRAVÉS DE ESTE TIPO DE MEDIOS, LOS DESARROLLOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS DE AMBAS EMPRESAS.

SIN EMBARGO, A PESAR DE QUE HA EFECTUADO ESTAS ACTIVIDADES DESDE HACE MÁS DE CATORCE AÑOS, AÚN EXISTEN DEPENDENCIAS DENTRO DE AMBAS INSTITUCIONES QUE NO CONOCEN LO QUE EN ELLA SE REALIZA Y LOS SERVICIOS QUE OFRECE.

LO ANTERIOR OBEDECE A QUE LAS PERSONAS QUE HAN ESTADO AL FRENTE DE LA DIVISIÓN EDITORIAL JAMÁS SE HAN PREOCUPADO POR DIFUNDIR LOS SERVICIOS, DEBIDO A QUE LA DEMANDA DE TRABAJO SIEMPRE HA SIDO CONSTANTE, AUN Y CUANDO MUCHAS DE LAS SOLICITUDES PROVIENEN DE LAS MISMAS ÁREAS-CLIENTES CON LAS QUE SE VIENE TRABAJANDO DESDE LOS INICIOS DE LA DIVISIÓN, Y NO HABÍA LA NECESIDAD DE PREOCUPARSE POR CONSEGUIR MÁS CLIENTES.

PERO AHORA CON LOS CAMBIOS ESTRUCTURALES QUE SE PRESENTARON EN

PEMEX Y QUE COMO YA EXPLIQUÉ AFECTARON LA RELACIÓN DE TRABAJO QUE EL INSTITUTO MANTENÍA CON LAS ÁREAS-CLIENTES DE ESA DEPENDENCIA, YA QUE MUCHAS DE ELLAS DESAPARECIERON, OTRAS SE FUSIONARON, DÁNDOLE PRIORIDAD A ACTIVIDADES QUE NO TENÍAN NADA QUE VER CON EDITORIAL, Y ALGUNAS OTRAS CAMBIARON DE JEFES, LOS CUALES EN SU MAYORÍA DESCONOCÍAN Y DESCONOCEN LA EXISTENCIA DE EDITORIAL, ES NECESARIO QUE LA DIVISIÓN DESARROLLE UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN, MEDIANTE LA CUAL DÉ A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE Y PUEDA ADEMÁS LLEGAR A AQUELLOS SECTORES QUE POSIBILITEN LA GENERACIÓN DE TRABAJO Y SU PRODUCTIVIDAD.

ASIMISMO, Y CON EL FIN DE NO LIMITAR SU DESARROLLO, LA DIVISIÓN DEBERÁ BUSCAR NUEVOS CLIENTES Y NO ENFOCARSE SÓLO A ATENDER LOS REQUERIMIENTOS DE LAS ÁREAS CON LAS QUE HA VENIDO TRABAJANDO POR AÑOS, SOBRE TODO AHORA QUE SE DEBE JUSTIFICAR LA NECESIDAD DE SEGUIR CONTANDO CON UNA ÁREA COMO LA EDITORIAL DENTRO DEL IMP.

POR OTRO LADO, AUNQUE PEMEX HAYA QUEDADO SECCIONADO EN CUATRO CORPORATIVOS, SE CREE QUE CONTINUARÁ RECURRIENDO A LA DIVISIÓN EDITORIAL, YA QUE UNA EMPRESA DE SU TAMAÑO E IMPORTANCIA, Y DADO LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA, NO PODRÍA PRESCINDIR DE LOS MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN, Y MUCHO MENOS DE UN ORGANISMO QUE LE OFRECE ADEMÁS DE CALIDAD Y CONFIDENCIALIDAD, PRONTITUD EN AQUELLOS TRABAJOS QUE REQUIEREN CON URGENCIA, LOS CUALES LLEGAN A ELABORARSE HASTA EN JORNADAS NOCTURNAS Y DÍAS FESTIVOS.

ES NECESARIO RECONOCER QUE A TRAVÉS DE LA DIVISIÓN EDITORIAL, EL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO Y PETRÓLEOS MEXICANOS HAN CANALIZADO SUS ESFUERZOS, CON EL FIN DE FOMENTAR LA EDICIÓN Y CIRCULACIÓN DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS EN LA INDUSTRIA Y DE CAPACITAR Y ACTUALIZAR A LOS TRABAJADORES DEL PETRÓLEO.

POR ELLO, LA DIVISIÓN DEBERÁ SEGUIR SIENDO EL VEHÍCULO DE INFORMACIÓN OFICIAL MEDIANTE EL CUAL SE CANALICE TODA LA ACTIVIDAD

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

EDITORIAL TANTO DEL IMP COMO DE PEMEX, PERO AÚN MÁS IMPORTANTE, QUE APROVECHE LOS RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES CON QUE CUENTA, ASÍ COMO SU EXPERIENCIA EN MEDIOS IMPRESOS, PARA DAR A CONOCER SUS SERVICIOS.

ADEMÁS, LA DIVISIÓN DEBERÁ REFORZAR SUS VÍNCULOS CON PEMEX, PARA TRATAR DE CONSEGUIR MÁS Y NUEVOS TRABAJOS EN LAS SUBSIDIARIAS DE RECIENTE CREACIÓN.

FINALMENTE, LA DIVISIÓN EDITORIAL DEBERÁ MEJORAR EN TODOS LOS ASPECTOS, PARA PODER ASÍ OFRECER UN PRODUCTO Y SERVICIO CON CALIDAD, OPORTUNIDAD Y BAJO COSTO; REQUISITOS BÁSICOS CON LOS QUE DEBE CUMPLIR CUALQUIER EMPRESA EN LA ACTUALIDAD.

## BIBLIOGRAFIA

1. BITTNER, JOHN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, PRENTICE HALL, INC., NUEVA JERSEY, E.U.A., SEGUNDA EDICIÓN, 1980.
2. CHAIN S., KATZ; DORIA, FRANCISCO A. Y COSTA LIMA, LUIZ, DICCIONARIO BÁSICO DE COMUNICACION, EDITORIAL NUEVA IMAGEN.
3. CHÁVEZ CHAVEZ, ESTEBAN, MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE CARTELES, INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PRIMERA EDICIÓN, MÉXICO, 1987.
4. DE LA MORA MEDINA, JOSÉ Y SÁNCHEZ RIVERA, ROBERTO, ANTOLOGÍA DE CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN, UNAM, TOMO I, MÉXICO.
5. DEL RÍO, FERNANDO, LA COMUNICACIÓN EN LA CIENCIA, REVISTA CIENCIA, EDITORIAL CONACYT, MÉXICO, 1982.
6. GÁNDARA, JAVIER, LA COMUNICACIÓN, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1980.
7. GARCÍA LUNA, JOSÉ LUIS, PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, 1984-1988, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1984.
8. GARZA MERCADO, ARIO, MANUAL DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA ESTUDIANTES DE CIENCIAS SOCIALES, EDITADO EN EL COLEGIO DE MÉXICO, MÉXICO, SEGUNDA EDICIÓN, 1972.
9. LA BANDERA, CARLOS Y MAYA, ANTEMIO, APOYO EDITORIAL A LA INDUSTRIA PETROLERA, MEMORIAS DEL XIX CONGRESO NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE INGENIEROS PETRÓLEROS DE MÉXICO, ACAPULCO, GUERRERO, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1981.
10. MOLES, ABRAHAM Y JANISZEWSKI, LUC., GRAFISMO FUNCIONAL, PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, ENCICLOPEDIA DEL DISEÑO, BARCELONA, ESPAÑA, 1990.

11. PEREDO, ROBERTO, TEORÍA DE LA INFORMACIÓN, EDICIONES DE COMUNICACIÓN, MÉXICO, 1986.
12. RICCI BITTI, PIO, E. Y ZANI, BRUNA, LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO SOCIAL, EDITORIAL GRIJALBO, MÉXICO, 1970.
13. SWANN, ALAN, BASES DEL DISEÑO GRÁFICO, EDITORIAL GILI, MÉXICO, 1990.
14. T., TURNBULL Y RUSSELL N., BAIRD, COMUNICACIÓN GRÁFICA, EDITORIAL TRILLAS, MÉXICO, 1986.
15. VIVALDI, GONZALO MARTÍN, CURSO DE REDACCIÓN, MADRID, CUARTA EDICIÓN, 1967.
16. WARREN, AGE, INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, HARPER & ROW PUBLISHERS, NUEVA YORK, E.U.A., SEXTA EDICIÓN, 1979.
17. ZAVALA RUIZ, ROBERTO, EL LIBRO Y SUS ORILLAS, DIRECCIÓN GENERAL DE FOMENTO EDITORIAL, MÉXICO, PRIMERA EDICIÓN, 1991.
18. ANTOLOGÍA DE LAS COMISIONES REGIONALES PARA LA DIVULGACIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LA CIENCIA, DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL, COSNET, MÉXICO, 1988.
19. PROPOSICIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE UN BOLETÍN INFORMATIVO MENSUAL DEL IMP, SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO PROFESIONAL, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1979.
20. BOLETÍN INFORMATIVO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1984.
21. PROPUESTA PARA LA PUBLICACIÓN DE UNA GACETA INFORMATIVA MENSUAL DEL IMP, SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO PROFESIONAL, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1983.

22. PROPUESTAS PARA INTENSIFICAR LA LABOR EDITORIAL DEL IMP, SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO PROFESIONAL, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1984.
23. INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, 20 ANIVERSARIO, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1985.
24. LOGROS DEL IMP, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1988.
25. 25 AÑOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO AL SERVICIO DE LA INDUSTRIA PETRÓLERA 1965-1990, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1990.
26. INFORME ANUAL DE ACTIVIDADES DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO, EDITORIAL IMP, MÉXICO, 1993.
27. DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, MÉXICO, TOMO CCLXXI, NÚMERO 62, 24 DE AGOSTO DE 1965.

A P E N D I C E S

APENDICE A  
DECRETO DE CREACION  
DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO

# DIARIO OFICIAL

ÓRGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Director: MARIANO D. URDANTVIA

Registrado como artículo de la clase en el año de 1916	MEXICO, JUEVES 26 DE AGOSTO DE 1965	TOMO CCLXXI	N.º 49
--	-------------------------------------	-------------	--------

ANEXO 2

## SUMARIO

PODER EJECUTIVO	DEPARTAMENTO DE ASUNTOS AGRARIOS Y COLONIZACION
<b>SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES</b>	
Cancelación del Exequátur número 65 que se concedió al señor Paul S. Flores, Vicecónsul de los Estados Unidos de América en México, Distrito Federal ...	Aviso de deslinde de los predios Lomas de Tetelpan y Anexos, Delegación de Villa Obregón, D. F., Paraje de San Juan y Anexos, Santa Cruz Neysahuaco, Ixtapalapa, D. F. y otros .....
<b>SECRETARIA DEL PATRIMONIO NACIONAL</b>	Aviso de deslinde del terreno denominado Primera Laguna de San Lucas Petland, en Tlalnepantla, Méx. ....
Decreto que crea el Instituto Mexicano del Petróleo como Organismo Descentralizado .....	Solicitud de vecinos radicados en Paso Largo, en Martínez de la Torre, Ver., para la creación de un centro de población agrícola que se denominará Juan Escutia .....
Acuerdo a la Secretaría del Patrimonio Nacional que dispone se desincorpore de las reservas mineras nacionales la zona denominada Guerrero-Oaxaca, ubicada en los Estados del mismo nombre .....	Solicitud de vecinos radicados en la Finca Jesús, en Chiapa de Corzo, Chis., para la creación de un centro de población agrícola que se denominará López Mateos .....
Acuerdo a la Secretaría del Patrimonio Nacional que dispone se desincorpore de las reservas mineras nacionales la zona denominada Oaxaca, ubicada en el Estado del mismo nombre .....	Solicitud de vecinos radicados en el ejido Guadaluajara, en Mexicall, B. Cia., para la creación de un centro de población agrícola que se denominará Hipólito Rentería .....
Acta de entrega hecha por la Junta Federal de Mejoras Materiales de Progreso, Yuc., al H. Ayuntamiento de dicha ciudad, de las obras de pavimentación de las calles Treinta y otras .....	Solicitud de vecinos radicados en el poblado de León García, en Tiximil, Yuc., para la creación de un centro de población agrícola .....
<b>SECRETARIA DE OBRAS PUBLICAS</b>	Solicitud de vecinos radicados en el ejido Villa Hermosa, en Tapachula, Chis., para la creación de un centro de población agrícola que se denominará Francisco I. Madero .....
Decreto por el que se declara de utilidad pública la apropiación de diversas superficies de terreno, en Santa Catarina, N. L., para integrar el derecho de vía del nuevo libramiento de la carretera Matamoros-Mazatlán, tramo Monterrey-Saltillo .....	Solicitud de vecinos radicados en Chilpancingo y Amojileca, en Chilpancingo, Gro., para la creación de un centro de población agrícola que se denominará Agua Escondida .....
<b>SECRETARIA DE AGRICULTURA Y GANADERIA</b>	Avisos Judiciales y Generales .....
Decreto que autoriza a la Secretaría de Agricultura y Ganadería para que, dentro del término de un año, expida permisos para explotar hasta 20 acemtales de resaca pura Chárrias .....	

## PODER EJECUTIVO

### SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

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

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

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

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

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

## SECRETARIA DEL PATRIMONIO NACIONAL

El Tercero vigente del Decreto puede variar con el aumento del precio de la gasolina del tipo 100 al litro, como se llama de 100

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

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

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

**GUSTAVO DIAZ ORDAZ**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en los artículos 59, fracción I, de la Constitución General de la República, 10, 20, y 33 de la Ley para el Control por parte del Gobierno Federal, de los Organismos Descentralizados y Empresas de Participación Estatal, y 25 fracción II del Código Civil para el Distrito y Territorios Federales en Materia Común y para toda la República en Materia Federal; y

**CONSIDERANDO PRIMERO**.—Que la transformación industrial del país exige imperativamente estar al día en materia de tecnología para acrecentar el rendimiento de la industria nacional a cuyo efecto ya hemos señalado la necesidad de que el país realice una alta tasa de inversión intelectual, orientando la educación al trabajo productivo. Igualmente, el 30 de diciembre de 1964, preveíamos que los recursos que la industria dedique a la investigación tecnológica, a la formación profesional y a la capacitación obrera, contribuyen a la prosperidad nacional y al desarrollo de la propia industria.

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

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

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

**CONSIDERANDO QUINTO**.—Que en materia de capacitación debe tenerse presente que la preparación del trabajador para ocupar un determinado puesto de cierta calificación, es sólo el inicio de su formación, pues ulteriormente habrá de recibir cursos para otros puestos determinados, y tanto en los primeros como en los segundos, se cuidará de su formación general. Esa capacitación además tendrá que realizarse en el menor tiempo posible, no sólo por exigencias de la producción, sino también para crear en el obrero la confianza respecto de que aquella es medio para obtener prontas y benéficas ascensos. Por último, por lo que toca a los profesionistas asociados a trabajar en las Industrias Petrolera y Petroquímica, se impartirán también cursos de capacitación, pues se ha observado que frecuentemente les resulta difícil adaptar sus conocimientos teóricos a las necesidades prácticas al von directamente del centro de estudio en que se condujeron a la instalación industrial o

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

He tenido a bien expedir el siguiente

## DECRETO

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

**ARTICULO 2o**.—Este Organismo tiene por objeto:

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

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

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

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

Cinco por Petróleos Mexicanos;

Uno por la Universidad Nacional Autónoma de México;

Uno por el Instituto Politécnico Nacional;

Uno por el Instituto Nacional de Investigación Científica; y

Uno por el Consejo de Recursos Naturales no Renovables.

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

**ARTICULO 5a.**—El Consejo Directivo actuará a través de un Director General que tendrá el carácter de Apoderado General con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la ley, sin limitación alguna, en los términos de los tres primeros párrafos del artículo 1554 del Código Civil para el Distrito Federal, aplicable en toda la República en Materia Federal. Tendrá facultades para actos de administración y dominio, para peticiones y cobranzas, para otorgar y suscribir títulos de crédito y para celebrar operaciones de crédito en los términos del artículo 9o. de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, pero para ceder, vender, enajenar o gravar los bienes inmuebles que forman el patrimonio del Instituto, será necesario el acuerdo previo del Consejo Directivo autorizándolo para realizar esos actos y, en su caso, el Decreto Presidencial que lo autorice. Tendrá igualmente facultades para formular querrelas en los casos de los delitos que solamente pueden perseguirse una vez llenada esa condición, de acuerdo con los artículos 761 del Código Procesal Penal del Fuero Común y 113 y 120 del Código Federal de Procedimientos Penales, así como para otorgar el perdón extintivo de la acción penal a que se refiere el artículo 93 del Código Penal Federal para esta clase de delitos. Podrá substituir, reservándose su ejercicio, el mandado en todo o en parte, dando cuenta al Consejo.

**ARTICULO 6a.**—Son facultades del Consejo Directivo:

- a).—Nombrar y remover libremente al Director General y conocer de la renuncia de éste.
- b).—Nombrar y remover libremente a los Subdirectores que auxilian al Director General en sus funciones, y conocer de sus renunciaciones.
- c).—Nombrar y remover al resto del personal, de acuerdo con lo que señale el Reglamento. Esta facultad podrá ser delegada en el Director General.
- d).—Acordar la cesión, venta, enajenación o gravamen de los bienes inmuebles que forman parte del patrimonio del Instituto, acuerdo que deberá ser confirmado por un Decreto del Ejecutivo Federal conforme al artículo 9o.
- e).—Aprobar su presupuesto y programas anuales.
- f).—Distribuir las áreas de investigación y programas técnicos para las secciones de investigación y escuelas de capacitación.
- g).—Calibrar sesiones ordinarias por lo menos cada 60 días y extraordinarias cuando el Director cite a ellas; y conocer y resolver los asuntos que el Director o los Consejeros sometan a su consideración.
- h).—Expedir los reglamentos que regulen las actividades propias del Instituto.

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

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

- a).—Un terreno con superficie de 12 hectáreas que le será entregado por Petróleos Mexicanos y que se tomará del predio ubicado en la Colonia Industrial-Vallejo, Azcapotzalco, Distrito Federal, que tiene una superficie total de 23.75 hectáreas y los siguientes linderos y colindancias generales:

Al Norte: en 150.10 metros, con Calzada Azcapotzalco-Villa Moderna; al Sur, en 87.7 metros con la calle B Poniente; al Oriente, en 325 metros con la Calzada Vallejo; y al Poniente, en 100 metros con la Avenida de los 100 Metros o del Colector.

- b).—La aportación de \$25 000 000.00 que hará Petróleos Mexicanos, destinados a la construcción de edificios, adquisición de equipo y gastos de operación inicial.
- c).—Las aportaciones que reciba de las industrias químicas y petroquímicas privadas.
- d).—Los ingresos que obtenga derivados de los contratos por servicios de investigación, de asistencia técnica y de los centros de capacitación.
- e).—Los demás que adquiera por cualquier título legal.

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

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

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

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

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

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

**TRANSITORIOS**

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

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

Hecho en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, a las veintidós (22) días del mes de agosto de mil novecientos sesenta y tres.—Gustavo Díaz Ordaz.—Rúbrica.—El Secretario del Patrimonio Nacional, Alfonso Corona del Real.—Rúbrica.—El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Antonio Ortiz Arana.—Rúbrica.—El Secretario de Educación Pública, Agustín Vázquez.—Rúbrica.

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

**DECIMA SEXTA.**—Con fundamento en el Artículo 40; Artículo 90, fracción III y Artículo 49 de la Ley Federal de Radio y Televisión, el Concesionario se obliga a mantener en buen estado los equipos necesarios para la operación de la estación y a repararlos en todo o en parte cuando, a juicio de la Secretaría y con plena justificación, dichos equipos no presten con eficacia los servicios a que se contrae la presente Concesión.

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

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

- 1.—No prestar con eficacia, exactitud y regularidad el servicio, no obstante el apercibimiento.
- 2.—Transpasar la Concesión, o los derechos derivados de ella, sin la previa autorización de la Secretaría.

3.—Negarse a efectuar, en forma reiterada, las transmisiones a que se refieren los Artículos 50, 51 y 52 de la Ley de la materia.

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

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

6.—Retransmitir reiteradamente la señal de estaciones ubicadas en el extranjero sin la previa autorización de la Secretaría de Gobernación, a que se refiere el Artículo 51 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

**DECIMA NOVENA.**—La caducidad o la revocación de la presente Concesión será declarada administrativamente por la Ley Federal de Radio y Televisión en su Artículo 35 y, en su caso, se observará lo dispuesto en los Artículos 22, 33 y 34 de la propia Ley.

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

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

## SECRETARIA DEL PATRIMONIO NACIONAL

**ACERCA** del Decreto que crea el Instituto Mexicano del Patrimonio como Organismo Descentralizado, publicada el 26 de agosto de 1965.

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

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

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

LA DIRECCION

## DEPARTAMENTO DE ASUNTOS AGRARIOS Y COLONIZACION

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

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

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

**RESULTANDO PRIMERO.**—Por escritura de fecha 5 de junio de 1964, vecinos del poblado de que se trata solicitan del Gobernador del Estado, dotación de tierras, por haber de las indispensables para satisfacer sus necesidades económicas. Turnada la solicitud a la Comisión Agraria Mixta, esta organismo inició el expediente respectivo, iniciándose publicado la referida solicitud en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de fecha 20 de junio de 1964, surtiendo efectos de notificación; lo dicho

genérico verbal se llevó a cabo el 26 de junio de 1964 con los requisitos de ley, misma que resultó un total de 81 hectáreas en materia agraria, procediéndose a la ejecución de los trabajos técnicos de localización de predios afectables.

**RESULTANDO SEGUNDO.**—Terminados los trabajos mencionados en el resultado anterior, la Comisión Agraria Mixta emitió su dictamen el 18 de enero de 1965 y lo sometió a la consideración del Gobernador del Estado quien con fecha 20 del mismo mes y año dictó su mandamiento concediendo a los solicitantes por concepto de dotación de ejido una superficie de 2,029 hectáreas de terrenos propiedad de la nación, clasificadas como de temporal, formándose con 1,620 hectáreas, 81 parcelas de 20 hectáreas cada una, para beneficiar a igual número de solicitantes; 20 hectáreas para la escuela del lugar; 30 hectáreas para la zona urbana y la superficie restante de 1,259 hectáreas para usos relativos de los beneficiarios, la posesión provisional se ejerció en forma total el 31 de enero de 1965.

APENDICE B  
PORTADA DE LA REVISTA  
DEL INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO  
NUMERO 1



*Revista del*  
**INSTITUTO  
MEXICANO  
DEL  
PETROLEO**

**IME**  
VOL. 11, No. 1  
ENERO

APENDICE C

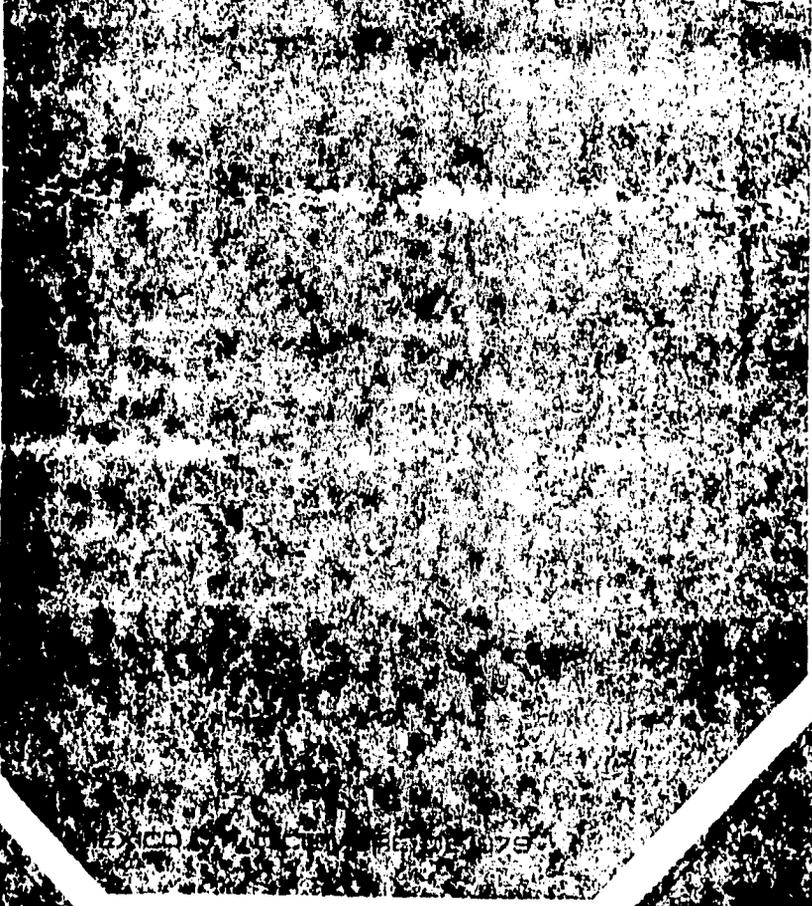
PORTADA DEL BOLETIN INFORMATIVO  
NUMERO 0

19

INSTITUTO MEXICANO DE PETROLES

# BOLETIN

## INDUSTRIAL



1979

APENDICE D

PORTADA DE LA GACETA IMP  
NUMERO 0

**Premios a los Trabajadores del IMP**

**Opinan Nuestros Clientes . . .**

**Ecos del IMP**

**Presencia Nacional del IMP**

**La Navidad, algo de Historia**

**Actividades Deportivas del IMP  
para el mes de diciembre**

