

36
2 es.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLAN

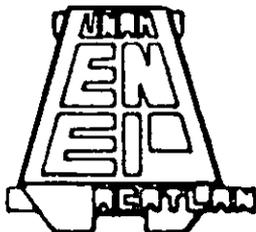
BIENVENIDOS: PRESENTACION DE LA
ENEP ACATLAN A LOS APLICANTES DE
NUEVO INGRESO



T E S I S I N A
TRABAJO DE INVESTIGACION
PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
AURORA MIRANDA MATUS

ASESOR: MAESTRO ALEJANDRO BYRD OROZCO

PRIMAVERA DE 1998



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

259418



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 está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán

Trabajo de investigación para obtener la licenciatura en la carrera de
Periodismo y Comunicación Colectiva

TESINA

Bienvenidos

**Bienvenidos: presentación de la ENEP Acatlán a los
alumnos de nuevo ingreso**

REALIZACIÓN: *AURORA MIRANDA MATUS*

ASESOR: *MAESTRO ALEJANDRO BYRD OROZCO*

Primavera de 1998

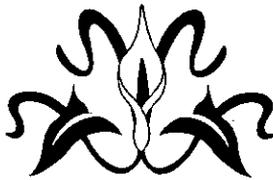
Agradecimientos

Sólo a Dios,
quien me dio un regalo maravilloso a mi Mamá, autora intelectual de
todo lo que soy y porque ha puesto en mi camino a las personas
indicadas

Dedicatorias

El corazón es un músculo que se ejercita y crece sin límites, son el amor y el desamor quienes lo hacen más fuerte y más grande. A los que están y a los que no se han ido del todo les dedico este trabajo.

Digo, por su lección de vida; Israel, siempre al pie del corazón;
Mauricio, por correr el riesgo de vivir; Mónica, por nuestros sueños;
Rebeca, por siempre la sonrisa; Raúl, por tanto, tanto amor; Alex, por
hacerme especial; Silvia, por incondicional; Paeo, por estar en mí;
Toño, por dejarme entrar al corazón; Mayra y Xóchitl, porque aún
puedo encontrar amigas y a mi tío Marcelino por la primera
oportunidad profesional.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVOS	9
ESQUEMA TEMÁTICO	10
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	11
MARCO REFERENCIAL	12

PRIMER CAPÍTULO

¿QUÉ NECESITA CONOCER EL ESTUDIANTE?	14
LA ENEP ACATLÁN, SUS INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO	15
LAS PRINCIPALES DUDAS Y DIFICULTADES DEL ESTUDIANTE DE NUEVO INGRESO	19
CÉDULA DE ENTREVISTA A ESTUDIANTES	21
PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DENTRO DE LA ESCUELA	23
LO QUE DEBEN SABER, PROPUESTAS DE LOS MAESTROS E INFORMANTES CLAVE	31
CONCLUSIONES	35

SEGUNDO CAPÍTULO

¿CÓMO CUÁNDO, DÓNDE DARLE LA INFORMACIÓN AL ESTUDIANTE?	37
CÓMO	39
CUADRO COMPARATIVO DE PRODUCTOS COMUNICATIVOS	40
CUÁNDO, ESTRATEGIA PERMANENTE	41
DÓNDE, LUGARES MÁS FRECUENTADOS	42
QUÉ, LA ESCUELA Y SUS SERVICIOS, PLAN DE ESTUDIOS, JEFATURA DE PROGRAMA	42
CONCLUSIONES	45

TERCER CAPÍTULO

PROPUESTA COMUNICATIVA, ESTRATEGIA	46
PRIMERA FASE, LA OFICIAL	42
SEGUNDA FASE, LA JEFATURA	48
TERCERA FASE, CÁRTELES Y FOLLETOS	52
CUARTA FASE, ESTUDIANTES GUÍAS	54
ESQUEMA DE LA ESTRATEGIA PROPUESTA	56
ESQUEMA POR FASES	57

CONCLUSIONES	58
--------------	----

ANEXO	59
CÉDULAS	60
BIBLIOGRAFÍA	62

INTRODUCCIÓN

"...Es una paradoja que en un mundo, cada vez más comunicado, se viva la incomunicación. Los grandes adelantos que nos acercan cada vez más, en ocasiones nos alejan y son barreras para el diálogo y el conocimiento cotidiano de las cosas. La televisión, los satélites, las redes de internet, producen un alud de datos y de informes, que no da tiempo de procesar ni asimilar. Muchas veces nos quedamos con la información "light", con el simple entretenimiento, con lo banal. Nos cuesta trabajo encontrar el sentido de la información y -no en pocas ocasiones- el sentido de nuestra propia vida..."

Licenciado José Núñez Castañeda, director de la ENEP Acatlán.¹

La idea inicial de esta investigación surgió por la experiencia personal al ingresar a la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Acatlán, cuando la escuela representaba algo nuevo, desconocido, un laberinto que provocaba la inseguridad de perderse.

Posteriormente, en el servicio social, tuve la oportunidad de acercarme a los jóvenes a través de entrevistas y encuestas para un programa de radio *¿Y ahora qué?* -hoy llamado *Zona libre*- del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), fue ahí donde comprendí que mucho de lo que necesitan los jóvenes es información confiable y accesible para que puedan tomar decisiones y acciones responsables a tiempo.

Así que al tener la opción de realizar una investigación profesional decidí abordar un tema que fuera de ayuda para un grupo específico, cercano y de beneficio a mi escuela. Como lo expresó el Director de la escuela, en un mundo cada vez más comunicado, se vive la incomunicación, es ésta el motivo de la tesina.

En un principio, la idea era realizar un video meramente informativo, sin embargo, mi asesor y yo decidimos comenzar por el principio e investigar si era necesario, y de resultar positivo identificar qué es lo que realmente necesita y/o

¹ Discurso del Director durante la visita del rector, Francisco Barnés de Castro, 27 de octubre de 1997.

debería conocer el estudiante de nuevo ingreso de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

Con lo anterior, nos dimos a la tarea de realizar encuestas a estudiantes de nuevo ingreso, entrevistar a maestros que directamente tienen relación con estos grupos, por impartir materias de primeros semestres o por realizar actividades de integración. Además entrevistas con trabajadores de la escuela que tienen trato directo en ventanillas o servicios del plantel.

De ahí la investigación recabó información, se enriqueció de propuestas y se elaboró una estrategia que comprende diversas vertientes de información.

Es así como el lector obtendrá información que caracteriza a la población en estudio -estudiantes de nuevo ingreso- sus intereses, carencias informativas, métodos de comunicación más eficaces, expectativas y propuestas.

Asimismo, sugerencias y apreciaciones de maestros y servidores escolares vinculados con este grupo, para, posteriormente, conocer las estrategia comunicativa propuesta.

Cuestionarios, entrevistas, sondeos, así como la teoría organizacional y comunicación alternativa, análisis de productos comunicativos y otras herramientas fueron el camino que llevó a la estrategia comunicativa presente y que pueden ser útiles para investigaciones futuras.

Sin embargo, la premura del tiempo, los cambios directivos y estructurales han ido modificando esta investigación, pero nuestro trabajo y objetivo no cambian: el fin es informar más y mejor a los nuevos estudiantes para que se integren con mayor prontitud a su estancia universitaria y a su deber profesional.

Dirigida a los alumnos de nuevo ingreso y dedicada a la ENEP Acatlán.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El ingreso a la licenciatura es un paso importante para todo estudiante, ha culminado ya la formación básica general y elige la carrera a seguir. En la nueva escuela, tiene la necesidad de conocer el nuevo ambiente universitario, el funcionamiento y organización que le faciliten su desarrollo escolar.

Más del 80 por ciento de los estudiantes que ingresan a la ENEP Acatlán provienen de sistemas incorporados a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) -trátase de Preparatorias y/o Colegios de Ciencias y Humanidades- sin embargo, pese a ser sistemas escolares semejantes, el estudiante descubre una nueva escuela con distintas carreras, servicios, funcionamiento y dirección. Esta proporción podría cambiar gracias a las modificaciones del pase automático, apunta Cruz Montes Hernández, actuario de la Administración Escolar de la ENEP Acatlán.

En este tránsito de descubrimiento escolar, el estudiante carece de la información suficiente para aprovechar y acceder a los servicios que presta la escuela como: idiomas, cursos y talleres; desconoce las fuentes oportunas de información para resolver sus dudas e inquietudes.

Asimismo, en el Plan de Desarrollo 1997-2000 de la UNAM, presentado por el rector Francisco Barnés de Castro, uno de los once programas aborda el tema *El fortalecimiento de la comunicación universitaria*, mismo que entre otros puntos destaca que para tener una mejor vinculación con la sociedad se revisarán y adecuarán los sistemas de información institucionales y se fomentará una cultura de información en la Universidad.

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día, escuchamos que las carreras universitarias no cuentan con una demanda igual a la oferta anual de egresados, por ello resulta una opción ampliar el horizonte de actividad profesional de los estudiantes que actualmente cursan una carrera universitaria.

La pérdida de tiempo es mucho más delicada cuando de preparación académica se trata; en el presente se requiere de profesionistas jóvenes, con experiencia y preparación en el menor tiempo posible, para ello es conveniente aprovechar al máximo los recursos con que se cuentan.

En lo particular, la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva -en todas sus variantes- se convirtió en una moda, un anzuelo para aparecer en los medios de comunicación, sin embargo se dejan a un lado los diversos ámbitos que necesitan de la comunicación y sus métodos.

En promedio, cerca de 350 alumnos ingresan anualmente a la escuela, de los cuales la gran mayoría no conoce las instalaciones, plan de estudio y funcionamiento de la ENEP. Su estancia se convierte en un transitar en el desconocimiento y los programas de inducción no han logrado involucrar ni orientar eficazmente al estudiante en sus principales dudas. Esto lo podemos identificar al platicar con ellos, cuando expresan sus dudas y plantean sus inquietudes, además como estudiantes hemos pasado ya por esta experiencia desconcertante.

Con esta inquietud surge la idea de identificar las principales dudas con que ingresa el estudiante a la licenciatura, a fin de involucrarlo a la actividad universitaria que le ayude a vincularse estrecha y rápidamente con su futuro laboral; aprovechará así al máximo las posibilidades que la Universidad le ofrece para su desarrollo. Asimismo, se mostrará al estudiante áreas poco conocidas y explotadas de la comunicación y el periodismo desde el inicio de la carrera, con lo cual podrá especializarse y diversificar el perfil profesional.

Aprovechar materias, cursos y talleres que se ofrecen en la escuela y en el ambiente universitario generará profesionistas comprometidos, competitivos, productivos, útiles y necesarios en nuestra sociedad. Por ello resulta importante ubicar y orientar al estudiante para que desde el inicio de su formación universitaria se involucre y elija el campo laboral que más le satisfaga, con los elementos suficientes para la competencia profesional.

OBJETIVO GENERAL

Conocer las principales dudas que tiene el estudiante de nuevo ingreso, para así proponer y diseñar un producto comunicativo que le permita acercarse a las fuentes oportunas de información.

OBJETIVOS PARTICULARES

A) Identificar las principales dudas que tiene el alumno de reciente ingreso a la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la ENEP Acatlán.

B) Determinar y justificar el producto comunicativo más adecuado para que el estudiante se informe y conozca su nuevo ambiente escolar.

C) Proponer un producto comunicativo especial los alumnos de nuevo ingreso.

ESQUEMA TEMÁTICO

1 ¿Qué necesita conocer el estudiante?

- 1.1 La ENEP Acatlán introducción, instalaciones y funcionamiento.
- 1.2 Las principales dudas y dificultades del estudiante de nuevo ingreso.
- 1.3 Principales fuentes de información del estudiante dentro de la escuela.
- 1.4 Lo que debe saber, propuestas de los maestros y servidores escolares.

En este capítulo se mostrará un diagnóstico del perfil de los alumnos de nuevo ingreso, basado en encuestas a alumnos y entrevistas a profesores y servidores escolares, éstas permitirá identificar la información básica que debe conocer y manejar el estudiante para su mejor desarrollo en la escuela.

2 ¿Cómo, cuándo, dónde darle la información al estudiante?

- 2.1 Cómo, producto comunicativo apropiado
- 2.2 Cuándo y por qué
- 2.3 Dónde

Con base en los resultados del capítulo anterior se propondrá la información básica para hacerla accesible al estudiante.

3 Propuesta comunicativa, estrategia

En este capítulo se propondrá una estrategia comunicativa basada en la investigación de este planteamiento.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- Encuestas por muestreo no probabilístico a estudiantes de nuevo ingreso por grupos, para ubicar la situación actual de sus conocimientos acerca de escuela y la carrera
- Entrevistas a académicos, funcionarios de carrera y servidores escolares para identificar los puntos principales que se deben difundir
- Consulta documental de los productos comunicativos, su utilidad y eficacia

INSTRUMENTOS

- Entrevista estructurada
- Cuestionario estructurado y administrado por el entrevistador a un muestreo no probabilístico

MARCO REFERENCIAL

La comunicación, como una de las actividades más antiguas, ha facilitado el desarrollo de los seres que la practican. El hacer común de la comunicación permite a quienes la ejercen integrarse, conocerse e interactuar. Para cualquier grupo social estas funciones son generadoras de unión y evolución.

El estudio de la comunicación como ciencia aún es centro de continuos cambios, en contraste los avances tecnológicos de los medios de comunicación avanzan aceleradamente, el modelo mundial tiende a *globalizar* ideas y culturas, las distancias se acortan y las barreras culturales parecen superarse. Sin embargo, la comunicación interpersonal, cotidiana y próxima no debe rezagarse, es la base de toda organización social, es importante conocer el entorno próximo como nuestra escuela y su complejidad. Para formar profesionales de la comunicación debemos partir por enseñarlos a conocer su ambiente próximo.

En la ENEP Acatlán la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva recibe anualmente un promedio de 350 alumnos en ambos turnos. Más del 80 por ciento de estos alumnos vienen de los bachilleratos de la UNAM y en menor proporción de escuelas privadas. La incorporación a un nuevo sistema educativo, a un nuevo plantel y a la formación profesional es un espacio más amplio que requiere de mayor responsabilidad de los estudiantes.

Es común observar cómo los estudiantes de reciente ingreso se desenvuelven pobremente en la escuela, desconocen instalaciones, servicios, autoridades y planes de estudio. Paulatinamente, con el pasar de los semestres y con el "*vía crucis personal*" los estudiantes conocen el funcionamiento y alcances de su formación universitaria dentro y fuera de la escuela. Es hasta semestres posteriores al tercero cuando comienzan a conocer cursos, talleres, servicios y a entender el plan de estudios de su carrera.

De esta forma, prácticamente se desaprovechan los primeros años de la carrera, mientras logran adaptarse e identificar la fuentes oportunas y adecuadas para su mejor desempeño escolar y profesional. Cuando en semestres posteriores conocen mayor variedad de posibilidades cuentan ya con una administración de su tiempo, que difícilmente cambiarán.

Si por el contrario se les muestra una dinámica escolar más activa y de búsqueda constante su formación universitaria tendrá mayores elementos a favor. De alguna manera, esta observación parecerá sencilla y de menor importancia, no obstante, el despertar el sentido de investigación en los alumnos redundará en el aspecto académico.

Cerca de 30 mil egresados y 30 mil que están actualmente inscritos en por lo menos 140 escuelas que imparten esta profesión son una gran oferta que no siempre es totalmente

colocada en el mercado laboral, por ello es importante demandar de los estudiantes participación más crítica y constante.²

Según un artículo publicado en el diario UNOMÁSUNO, en la ENEP Acatlán cada alumno significa un gasto para la Universidad de cinco mil 727 pesos³, este presupuesto -con las mismas instalaciones- puede transformarse en una optimización tal que genere resultados de mayor calidad en la formación académica de los estudiantes.

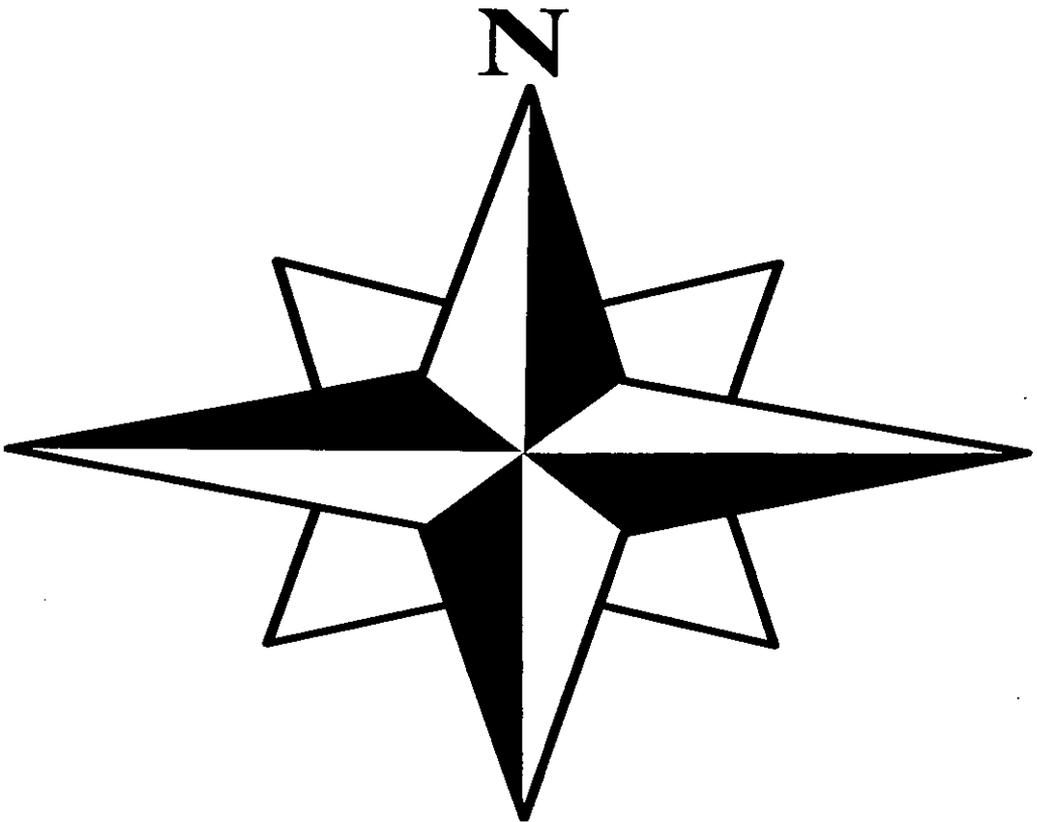
Infraestructura, profesorado y servicios ya están, sólo resta comunicarlo a los estudiantes para que conozcan la gama de opciones con que cuentan para mejorar su formación y que no dependan únicamente de las asignaturas de cada semestre para aumentar su capital cultural.

² Pérez, Jaime profesor e investigador de la ENEP Acatlán, entrevista.

³ "Desequilibrio académico con las Enep's y Fes's", por Ivonne Melgar, unomásuno, México, D.F., 4 de diciembre 1996, pág. 3.

PRIMER CAPÍTULO

¿QUÉ NECESITA CONOCER EL ESTUDIANTE?



LA ENEP ACATLÁN, SUS INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO

La primera universidad de América Latina fue fundada por Carlos V y por el príncipe Felipe el 21 de septiembre de 1551 e inaugurada en enero del siguiente año. El gobierno virreinal pretendió en 1810 que la Universidad Real y Pontificia usara su influencia contra el movimiento insurgente, al no lograr su cometido Venegas convirtió en cuartel sus instalaciones y dispersó a maestros y alumnos.

En el gobierno de Gómez Farías la Universidad se extinguió dando lugar a seis establecimientos de Ciencias y Estudios Preparatorios. Posteriormente, Santa Anna restableció y reorganizó la Universidad en 1854. Comonfort, por su parte, la cerró para que Zuloaga la reabriera nuevamente y Juárez la cerrara en 1861.

Y así, en un ir y venir la Universidad no existía jurídicamente. En cuarenta años la Universidad funcionó independientemente a partir de 1869 con pensamiento positivista.⁴

Luego de reestructuraciones, reformas y ajustes, en 1910 Justo Sierra, ministro de la Instrucción Pública y Bellas Artes presentó -ante el Congreso de la Unión- la iniciativa para dar origen a la **Universidad Nacional**.

Antonio Caso presentó, en ese mismo proyecto, la propuesta de la conveniencia de la autonomía universitaria, pero esta iniciativa fue rechazada. Es hasta 1933 cuando deja de ser Universidad Nacional para convertirse en **Universidad Nacional Autónoma de México**.

A principios de los años 60's la población universitaria creció velozmente, en 1970 llegó a un punto crítico, motivo por el cual a partir de 1973, con Guillermo Soberón en la rectoría, se desarrolla la descentralización de la Universidad. Acontecimiento que dio origen a las cinco Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales (ENEP).

Las Escuelas se crearon con el objetivo de distribuir la población estudiantil en distintos campus que con el respaldo universitario formara profesionalmente a la población demandante. Una de ellas, la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán fue abierta el 18 de marzo de 1975, bajo la dirección de Raúl Béjar Navarro.

Actualmente la escuela imparte 16 carreras: Actuaría, Arquitectura, Ciencias Políticas y Administración Pública, Derecho, Diseño Gráfico, Economía, Enseñanza de Inglés, Filosofía, Historia, Ingeniería Civil, Lengua y Literatura Hispánicas, Matemáticas Aplicadas a la Computación, Pedagogía, Periodismo y Comunicación Colectiva, Relaciones Internacionales y Sociología, todas ellas, agrupadas en cinco Divisiones:

- HUMANIDADES
- MATEMÁTICAS E INGENIERÍA
- SOCIOECONÓMICAS
- DISEÑO Y EDIFICACIÓN
- CIENCIAS JURÍDICAS

⁴ Enciclopedia de México, SEP, tomo 14, 1987.

La ENEP Acatlán busca que el estudiante tenga una formación integral de cada disciplina con alto nivel competitivo acorde con los cambios sociales y avances tecnológicos, para ello trabaja en la actualización de planes de estudio y procura contar con las instalaciones y equipo adecuados para cada perfil profesional.⁵

Además, la población estudiantil y profesorado cuentan con varios servicios que promueven la formación integral, es decir, no sólo lo académico, sino actividades culturales, deportivas y recreativas.

La ENEP-ACATLÁN opera con cuatro instancias principalmente:

- ♦ Secretaría General
- ♦ Coordinación de Servicios Académicos
- ♦ Coordinación de Extensión Universitaria
- ♦ y Secretaría Administrativa

Para su operación administrativa, la Secretaría Administrativa abastece de recursos humanos y materiales, además del mantenimiento de la Escuela, independientemente de las Autoridades de Gobierno.

Es importante resaltar que las máximas autoridades -dentro de la ENEP-ACATLÁN- son el Director, la Secretaría General, los Consejeros Técnicos y el Consejo del Programa de Estudios Profesionales. De ahí se desprenden 12 programas y 13 secretarías técnicas de las carreras que se imparten en la Escuela.⁶

Desde su fundación la ENEP-ACATLÁN imparte la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva y es la tercera carrera con mayor matrícula inscrita -luego de Derecho y Matemáticas Aplicadas a la Computación (MAC)- una población que requiere atención y orientación.

REINSCRIPCIÓN 98-1 ⁷	
DERECHO	3005 ALUMNOS
MAC	1495
PERIODISMO	1241

A lo largo de la estancia profesional en la Escuela podemos encontrar gran variedad de actividades alternativas que acrecientan la potencialidad académica y cultural. Es decir, mientras se forma a profesionales se enriquecen sus referencias culturales, hecho que para todas las licenciaturas resulta sumamente importante.

⁵ Acatlán vive, folleto realizado y publicado por el Departamento de Difusión, Promoción e Intercambio de la ENEP Acatlán, 1993.

⁶ Manual de Organización 1995 de la ENEP Acatlán, director maestro en Ingeniería Víctor Palencia Gómez, pp 419.

⁷ Administración Escolar de la ENEP Acatlán, actuario Cruz Montes Hernández.

Ante la actual situación del país, el egresado se enfrenta a una competencia que le exige estar mejor preparado y con mayores conocimientos en diversas áreas, sobre todo como profesional de la comunicación requiere del manejo de diversos tópicos de interés general.

El estar al tanto de las actividades académicas y extra escolares no resulta sencillo y quizás no sea imprescindible conocer, pero cuando los estudiantes no se enteran de lo que será su naciente vida de formación profesional en su nueva escuela puede traer consecuencias como pérdida de tiempo, equivocaciones, omisiones y carencia de atención a su nuevo quehacer universitario, por mencionar sólo algunas.

El que los alumnos de nuevo ingreso carezcan de información oportuna para su desarrollo en la escuela como el plan de estudios, ubicación y organización de la jefatura del programa, beneficios y funcionamiento de Servicios Escolares, del Centro de Investigación y Documentación (CID), Idiomas, entre otros; provoca que el estudiante navegue con ignorancia e incertidumbre durante los primeros semestres de la carrera, desperdicia tiempo valioso que pudiera ser aprovechado al máximo.

Si los alumnos cuentan con una estrategia comunicativa -para solucionar esta falta de información- serán capaces de resolver sus inquietudes e integrarse con mayor rapidez y calidad a su ambiente profesional.

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA ENEP ACATLÁN

La nueva tendencia de la Comunicación Organizacional (CO) impulsada por egresados de Comunicación sostiene la idea de que entre más se conoce a una institución, más se le valora. Por este motivo la CO desempeñará un papel importante en este proyecto; donde la organización será la ENEP Acatlán y sus trabajadores o miembros los estudiantes de Periodismo y Comunicación Colectiva.

La CO estudia del flujo de mensajes interna y externamente en una organización y tiene como objetivo mejorar la comunicación a través de los canales abiertos y apropiados, fomentar la participación de los integrantes, ayudar a elevar el nivel cultural y crear un ambiente favorable, positivo y humanizado.

La CO es recomendable cuando se pierde el rostro humano y el trato personal entre la institución y sus miembros, reflejo directo en la productividad. Los programas o estrategias de la CO tienen como fin favorecer climas positivos de opinión, entendimiento y cooperación mutua para el alcanzar metas comunes.

Para identificar la magnitud de esta falta de información se realizaron entrevistas a profesores de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva vinculados con los estudiantes de primer semestre así como a trabajadores de la escuela, que prestan servicios directos a estudiantes, como ventanillas en Servicios Escolares y en el Centro de Investigación y Documentación (CID), a quienes se denominará *informantes clave*. Este diagnóstico no estaría completo si no tomara en cuenta a los propios estudiantes, para tal efecto se realizaron 120 encuestas representativas en ambos turnos (matutino y vespertino).

El empleo de la encuesta se debe a su versatilidad y amplia aplicación en diversos problemas que hacen de ella una técnica de gran utilidad en las ciencias sociales. Una de sus ventajas es el contacto directo con todas aquellas personas cuyas características son significativas para una investigación. La finalidad de las encuestas es un estudio conjunto de los datos personales y ambientales de la conducta y de las actitudes; de ellas se pueden hacer análisis y correlaciones entre diferentes variables, información útil para el estudio de las relaciones causales.⁸

En contraste, la entrevista realizada a los informantes clave y profesores se basó en un esquema específico para cada grupo, éste no fue riguroso, se adaptó a las respuestas que brindaba el entrevistado a fin de enriquecer la información que de ellos se obtenía.

De la información recabada a través de las entrevistas y encuestas se logran identificar las principales dudas, desinformaciones e inquietudes que tanto profesores, alumnos e informantes clave consideran necesario dilucidar para la optimización de la estancia de los estudiantes en la escuela.

⁸ Campbell, Angus y Katona, George, "La encuesta por muestreo: una técnica para la investigación en ciencias sociales", Ed. Paidós, Buenos Aires Argentina, 1972.

Si queremos saber qué siente la gente: cuáles son sus experiencias y qué recuerdan, cómo son sus emociones y motivos, y las razones para que actúen de la forma en que lo hacen, ¿por qué no preguntarles a ellos?
G.W. ALLPORT

LAS PRINCIPALES DUDAS Y DIFICULTADES DEL ESTUDIANTE DE NUEVO INGRESO

En 1991 surge en la ENEP Acatlán el Departamento de Promoción, Vinculación e Intercambio, a iniciativa del entonces director Víctor J. Palencia Gómez, con la finalidad de crear un programa de integración en la escuela.

Fue en 1993 cuando se elaboró un video-folleto promocional de la escuela, en el que participaron la Dirección, miembros de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva y TV UNAM.

El video tiene una duración de aproximadamente 13 minutos y muestra, de manera general, las instalaciones y servicios de la escuela, esto apoyado en tres folletos que presentan las cinco Divisiones de la ENEP y las carreras que conforman a cada una de ellas.

Este video-folleto forma parte de la ceremonia de bienvenida a los estudiantes de nuevo ingreso de las 16 carreras de la escuela. En particular, cada carrera se encarga de dar a sus estudiantes información específica de su área, para ello cuentan con un audiovisual que dura entre 12 y 15 minutos.

Sin embargo, la difusión de este material no ha logrado llegar al grueso de los estudiantes, la novedad de la escuela, los trámites de cambio de turno, carrera o plantel ocupan más la atención del estudiante a su ingreso. Esto se comprueba con los resultados arrojados por las encuestas y entrevistas que se realizaron en las cuales se denota que esta estrategia no ha tenido total efectividad.

Se aplicaron 120 cuestionarios escritos a alumnos de la carrera, 60 a los del turno vespertino y 60 al matutino, se tomaron a dos grupos al azar, se platicó el objetivo de la investigación con el maestro que impartía la materia y sin contratiempos se aplicó.

Cabe mencionar el ambiente en el que se aplicaron las encuestas, al principio los estudiantes temieron que se tratase de un examen, posteriormente al explicarles el motivo de la encuesta accedieron voluntariamente a responder los cuestionarios. La invitación se hizo en general y cada estudiante decidía responderlo o no, el 99 por ciento de los casos aceptó resolverlo.

Al conocer el tema de la investigación manifestaron que tenían muchas dudas y no sabían a quién recurrir, luego al terminar preguntaban lo que desconocían del cuestionario. Otros proponían métodos para que se les atendiera, como módulos de orientación, asambleas, carteles, altavoces y demás.

Las preguntas de la encuesta estuvieron dirigidas en tres sentidos:

- el conocimiento que tienen de la escuela, lugares y fuentes de información
- las dudas de mayor incidencia, funcionamiento de la escuela, plan de estudios
- la opinión que guarda de la escuela

Enseguida se presenta la cédula de entrevista aplicada a los estudiantes de nuevo ingreso con los resultados totales, no se presentan los datos parciales de cada turno debido a que las diferencias no resultan de consideración.

CÉDULA DE ENTREVISTA A ESTUDIANTES

1 De la siguiente lista ¿cuáles son los lugares que conoces de la escuela?

Centro de información y documentación	69.1%
Ludoteca	11.6%
Comedor	72.5%
Videoteca	20.0%
Centro Cultural	46.6%
Librería	76.6%
Jefatura de Programa	42.5%
Auditorios	52.5%
Programa de Investigación	1.6%

2 El órgano informativo de la escuela es:

La Hoja	6.6%
Agenda universitaria	6.6%
La Gaceta	29.1%
Altavoces	0
Última hora	51.8%
Ninguno	48.3%
No sabe	11.6%

3 ¿De qué forma te enteras y conoces lo que sucede en la escuela?

Por compañeros	37.5%
Por carteles	44.3%
Por la Gaceta	8.3%
Por Última hora	8.3%
Por profesores o servidores escolares	6.6%
No se entera	11.6%

4 ¿Te gustaría conocer más acerca de la ENEP Acatlán?

Sí 100%

5 ¿Cuáles son las dudas que tienes como estudiante de nuevo ingreso?

Servicios de la escuela	40.0%
Plan de estudios	30.8%
No sabe	10.8%
Campo laboral	5.8%
Ninguna	6.6%
Información general	5.0%
Localización de edificios	3.3%
Novatada, a quién recurrir, privatización de la escuela y funcionamiento de la Jefatura	3.6%

6 ¿Cuál sería el mejor medio para informarte de lo que sucede en la escuela?

Impresos	65.0%
No sabe	10.8%
Asamblea	7.0%
Compañeros	4.1%
Jefatura	3.3%
Video, campaña y maestros	12.5%
Módulo de información	4.1%

7 Menciona al menos tres lugares de la escuela que más frecuentas

Biblioteca	75.0%
Comedor-cafetería	43.3%
Salón-edificio	40.0%
Idiomas	20.7%
Baño	10.8%
Librería	11.6%
Servicios Escolares	8.3%
CCA	5.8%
Jefatura de Programa	5.0%
Ludoteca	2.0%
Ninguno	2.5%

8 Las materias que cursas actualmente están relacionadas con la carrera:

mucho	25%	más o menos	58.3%
poco	6.6%	nada	3.3%

9 Cuando tienes alguna duda o comentario de la escuela ¿a quién recurre?

Jefatura	25%
Maestros	23.3%
No sabe	18.3%
Compañeros	15.0%
Compañeros de semestres avanzados	14.1%
Servicios Escolares	15.8%
Dirección	1.8%

10 Hasta este momento ¿cuál es tu opinión de la escuela?

Positiva	70.0%
Neutra	10.8%
Propositiva	9.1%
Negativa	6.6%
No sabe	3.5%

11 ¿En qué áreas de la carrera te gustaría desempeñarte?

Medios electrónicos	54.1%
Medios escritos	20.0%
Medios persuasivos	12.5%
Investigación y docencia	5.8%
No sabe	4.1%
Donde haya dinero, cultural o relaciones públicas	2.4%

Entre los lugares más frecuentados y por consecuencia conocidos entre los estudiantes de primer semestre sobresalen: librería, cafeterías, CID y Auditorio.

Los lugares menos frecuentados son la Ludoteca y el Programa de Investigación. Cabe resaltar que la Jefatura del Programa ocupa el punto intermedio de frecuencia.

Curiosamente, señalaron que desconocían la localización de la jefatura de la carrera, sin embargo la identificaron como uno de los lugares más frecuentados. El que los alumnos conozcan, por lo menos, la ubicación de la Jefatura del Programa es una gran ventaja, sabrán en qué lugar encontrar a las personas adecuadas responsables de orientarlos directamente y/o canalizarlos a la fuente apropiada.

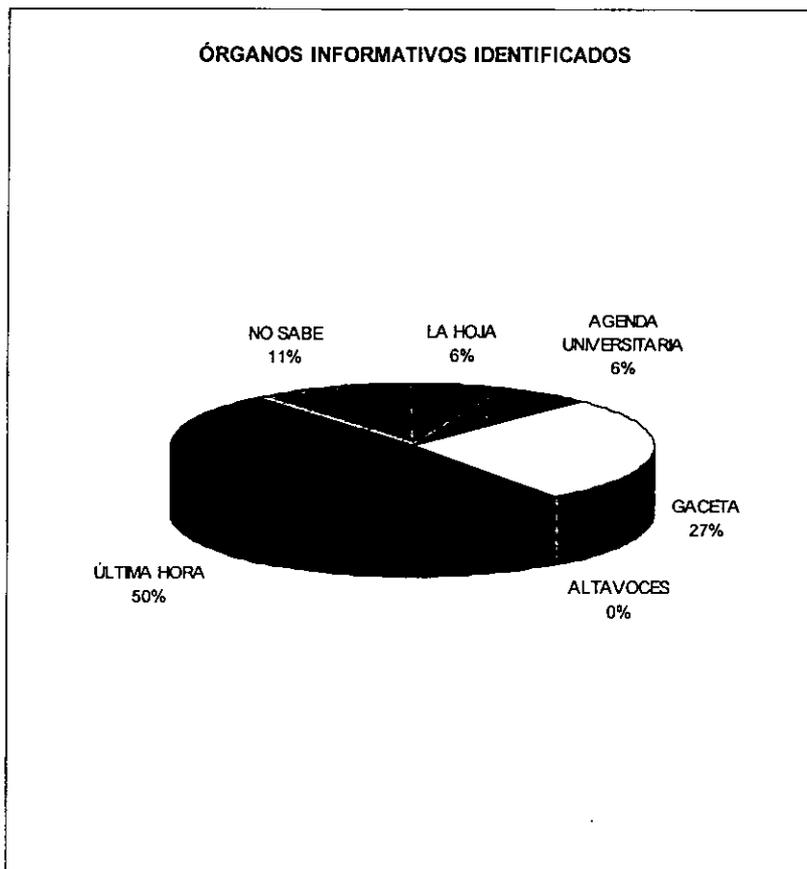
En una pregunta trampa, la quinta parte de los encuestados señaló que conocía la videoteca. Área deportiva, Centro Cultural, Dirección, talleres y Servicios Médicos son prácticamente desconocidos. La importancia de conocer estos lugares y los servicios que prestan puede significar de gran utilidad para su desarrollo cultural, deportivo, educativo y para alguna emergencia o percance de salud.

PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DENTRO DE LA ESCUELA

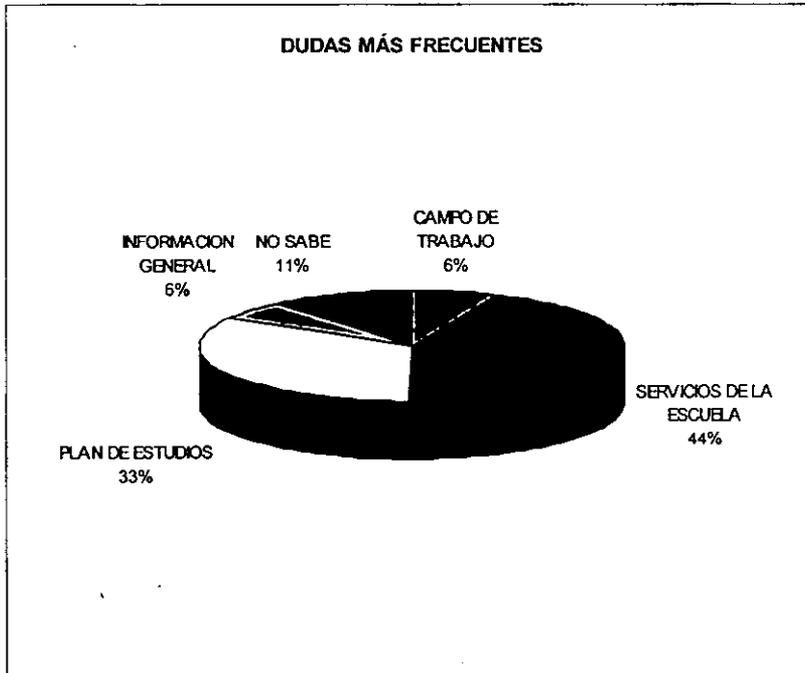
En cuanto a la información que obtienen en la escuela, más del 50 por ciento identifica a *Última hora* como órgano informativo y a la *Gaceta* casi un 30 por ciento. Manifestaron que la mayor parte de la información que reciben es a través de carteles y comentarios entre sus propios compañeros. Sólo el 8.3 por ciento acredita a *Última hora* como informante.

Cómo se entera de lo que sucede en la escuela

La información que el estudiante obtiene en su tránsito escolar proviene en un 44 por ciento de fuentes verbales y visuales como el cartel; y el 50 por ciento de fuentes orales, como los comentarios entre compañeros; es decir, la información la reciben indirectamente de las fuentes y los comentarios de pasillo resultan una alternativa ante la escasez comunicativa.

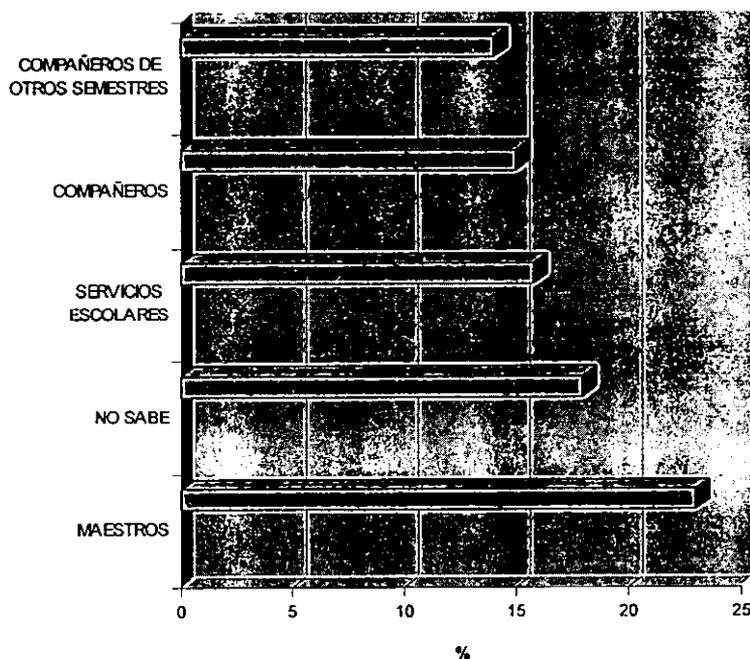


El 80 por ciento identifica a dos órganos informativos de la escuela, *Última hora* y *Gaceta*, estos dos órganos manejan información general de la escuela, pero no tienen una red de difusión lo suficientemente acertada como para llegar al grueso de la población escolar.



De las dudas más frecuentes manifestadas el 40 por ciento están orientadas a los servicios que ofrece la escuela: más del 30 por ciento referentes al plan de estudios, información general y localización de la jefatura del programa y edificios. Como podemos ver se trata de dudas particulares de la carrera.

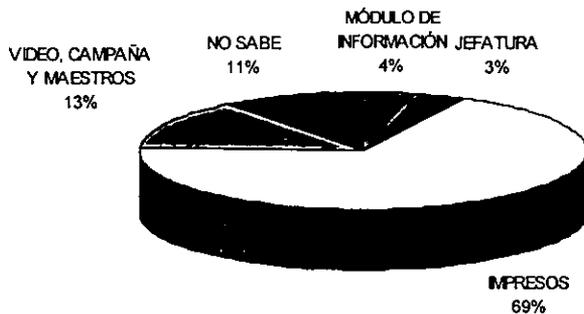
A QUIÉNES RECURREN CUANDO TIENEN DUDAS



Cuando un estudiante tiene dudas de la escuela, la quinta parte no sabe a quien recurrir, otros señalan a la jefatura, a maestros y compañeros como fuentes de información. Esto significa que las fuentes más confiables para ellos son las orales y de personas acreditadas, a falta de estos intercambian información entre ellos mismos. La información que reciben es parcialmente difundida y no logra llegar a todos.

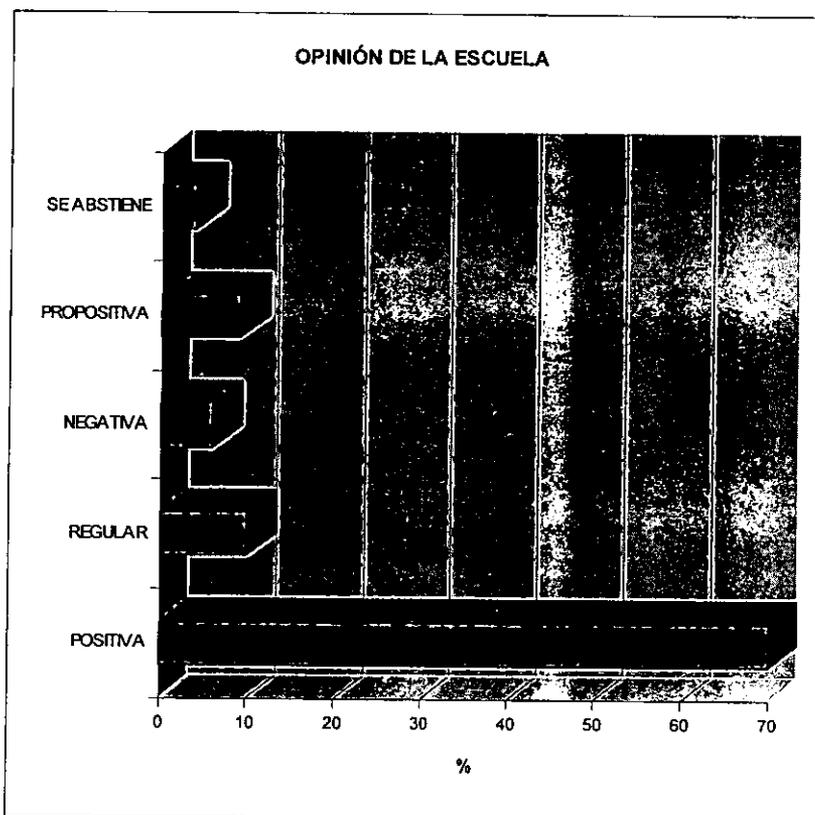
En cuanto a los órganos ya establecidos de difusión *Última hora* y *Gaceta* tienen información importante, pero muy general que aunque notifican los acontecimientos universitarios no orientan al alumno, además que aún para los estudiantes de grados más avanzados se dificulta la adquisición de dichos ejemplares.

MEDIO CONSIDERADO ADECUADO PARA INFORMARSE

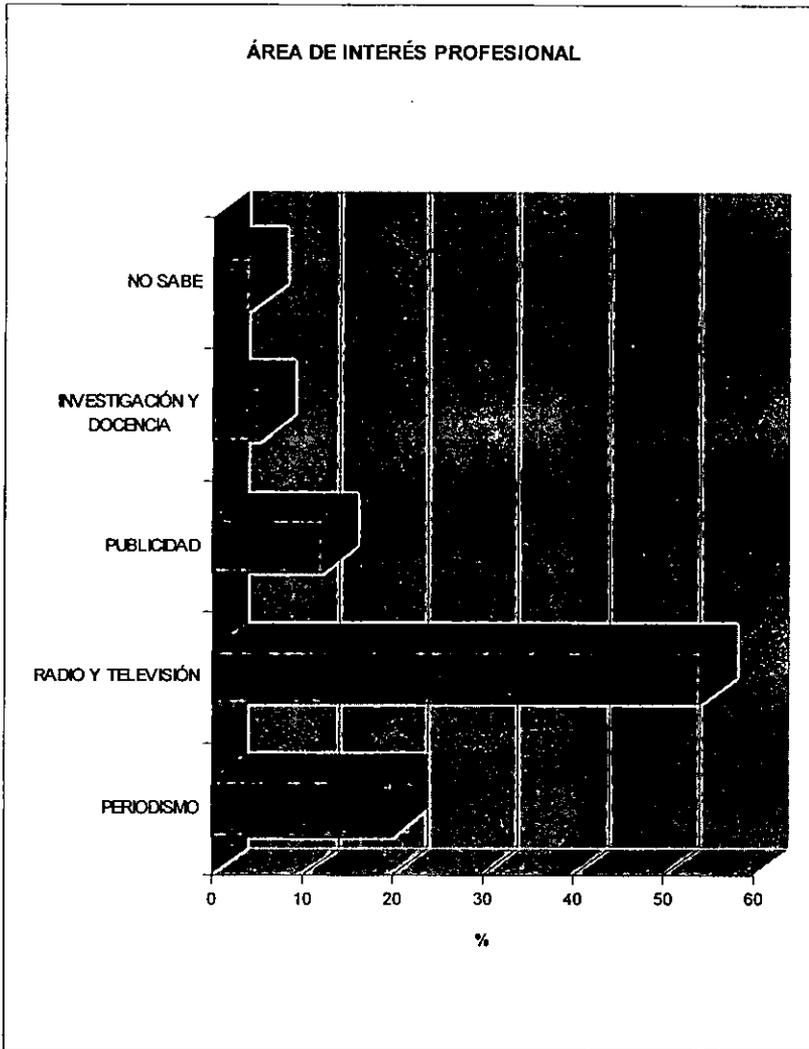


Las propuestas estudiantiles para una mejor información resultó variada y entusiasta. Definitivamente los medios impresos fueron los preferidos por más del 60 por ciento, pero vale la pena ubicar otras preferencias como la forma oral, es decir que cada maestro o miembro del programa les informe de las actividades pertinentes.

Algunos propusieron crear un módulo especial de información ubicado cerca de Administración Escolar, con pláticas o campañas que se impartan desde la jefatura. Estas respuestas resultan en particular sobresalientes, de ahí se puede desprender una campaña informativa que abarque varios medios de comunicación. La combinación de ellos permitirá que uno con otro se complementen y refuercen para obtener impacto en mayor número de estudiantes.



La opinión que expresaron de la escuela, resulta positiva en un 70 por ciento, les agradan las instalaciones, aunque no las conocen por completo, les entusiasma conocer más allá de su ambiente académico. En cuanto a las materias que cursan en los primeros semestres, el 70 por ciento considera que están relacionadas con el Periodismo y la Comunicación, aunque no totalmente.



La especialidad de medios electrónicos es motivo de coincidencia en el 60 por ciento de los estudiantes al preguntarles el área en la que les gustaría desempeñarse laboralmente. Cabe mencionar que algunos estudiantes -sin ser la mayoría- reconocen las cuatro preespecialidades con que cuenta la carrera, aspecto que indica el conocimiento básico del plan de estudios.

Los datos obtenidos permiten concluir que los estudiantes carecen de información básica para su desarrollo dentro de la escuela, que desean conocer y ampliar sus horizontes como estudiantes de la ENEP ACATLÁN, además de coincidir en la inquietud de que se les preste especial atención. Ellos mismos, en algunos casos dieron alternativas de solución para mejorar su estancia en la escuela. Propuestas como asambleas, módulos de información cercanos a servicios escolares, folletos y carteles principalmente.

LO QUE DEBEN SABER, PROPUESTAS DE LOS MAESTROS E INFORMANTES CLAVE

Los profesores apoyaron la realización de las encuestas al conocer el tema de la investigación, pese a utilizar tiempo de clase. Algunos externaron que es necesaria la atención específica para estos grupos.

Según su área de desempeño los profesores relacionan directamente a los alumnos con la falta de información, pero son contados quienes les consultan sus dudas extra clase. En consecuencia, propusieron se les dé mayor información y/u orientación para ampliar su conocimiento de la escuela y de sus posibilidades dentro de la misma para aprovechar al máximo su estancia.

Quienes desempeñan una labor en la jefatura señalaron que los estudiantes carecen de confianza y conocimiento suficiente para acercarse al programa y dejan pasar mucho tiempo antes de acudir a éste. Como consecuencia el desconocimiento de trámites que podrían beneficiar su desempeño escolar y cursos.

En particular, a los maestros de la Carrera se les preguntó cómo veían el desenvolvimiento de sus alumnos en la Escuela, el manejo que tienen de información y si necesitan de particular atención, qué tipo y medio de información proporcionarían.

En cuanto a los servidores escolares se les preguntó los rasgos que identifican al alumno de nuevo ingreso, sus dudas, sus necesidades y de igual forma se les pidió que propusieran el tipo de información que habría que darles.

SERÍA CONVENIENTE QUE LOS ESTUDIANTES UBIQUEN CON FACILIDAD LA JEFATURA DE LA CARRERA, LOS TALLERES, SERVICIOS ESCOLARES Y EDIFICIOS, NO ES NECESARIO DAR MUCHA INFORMACIÓN, PERO SÍ LO BÁSICO DE LA CARRERA Y DEL PROGRAMA.

HUMBERTO RAMÍREZ
SECRETARIO AUXILIAR DE LA DIVISIÓN DE HUMANIDADES, ESCRITOS

ES IMPORTANTE QUE CONOZCAN CÓMO OPERA EL PROGRAMA, IDIOMAS, TALLERES, MATERIAS OPTATIVAS, Y ESPECIALIDADES PARA QUE PUEDAN CANALIZAR DEBIDAMENTE SUS PROBLEMAS. EL HECHO ES DESPERTAR EN ELLOS LA DUDA PARA QUE PIERDAN EL MIEDO Y SE ACERQUEN POR CURIOSIDAD Y SEPAN A QUIÉN Y A DÓNDE RECURRIR CUANDO LO NECESITEN.

ENRIQUE ARELLANO
PROFESOR DE CARRERA, DOCENCIA

EL ALUMNO DE NUEVO INGRESO SE CARACTERIZA POR CREER QUE COMUNICACIÓN ES SÓLO PRENSA, RADIO Y TV, TIENEN Poca INFORMACIÓN DE ÁREAS ESPECÍFICAS DE APLICACIÓN, COMO EN LA POLÍTICA, ORGANIZACIONES Y EN CAPACITACIÓN. DESCONOCE LA IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN PARA DAR DIAGNÓSTICOS Y PRODUCIR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. ES IMPORTANTE QUE VEAN LAS MATERIAS COMO ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA O ESTADÍSTICA VINCULADAS DIRECTAMENTE A LA COMUNICACIÓN, ASIMISMO FOMENTAR EN ELLOS MAYOR CONSUMO DE MEDIOS.

DIEGO JUÁREZ
PROFESOR DE CARRERA, INVESTIGACIÓN

DESCONOCEN EL PLAN DE ESTUDIOS, LA IMPORTANCIA DE CADA MATERIA, LOS REQUISITOS. DEBEN ACERCARSE AL PROGRAMA PARA CONOCER CON QUÉ CUENTA LA ESCUELA, QUÉ LES PUEDE OFRECER, PARA RESOLVER PROBLEMAS CON MAESTROS Y ACLARAR SITUACIONES ESCOLARES, QUE NO PIERDA TIEMPO EN TRÁMITES O NO CUBRA CON LOS REQUISITOS DE IDIOMAS, ADEMÁS DE QUE CONOZCA LA VINCULACIÓN QUE LE OFRECE PRÁCTICA PROFESIONAL. SERÍA CONVENIENTE QUE A TRAVÉS DE UN MEDIO VISUAL PUDIERAN UBICAR E IDENTIFICAR LOS LUGARES MÁS IMPORTANTES EN LOS QUE SE VAN A DESENVOLVER.

ANA MARÍA TRON
PROFESORA DE CARRERA, MEDIOS AUDIOVISUALES

LOS ALUMNOS CARECEN DE INFORMACIÓN Y DATOS SOBRE LA ESCUELA Y LA CARRERA DE FORMA IMPRESIONANTE, NO SE NOTA EL COSTO PORQUE CADA UNO LO RESUELVE A SU MANERA, CON "VÍA CRUCIS PERSONALES", PERO EN REALIDAD EL COSTO EN TIEMPO QUE PROFESORES Y AUTORIDADES DEDICAN A EXPLICARLES ES ALTO, Y SE PODRÍA RESOLVER HACIENDO CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN ADECUADAS A LA CARRERA. LAS AULAS HAN AYUDADO A PALIAR EL PROBLEMA, PERO NO HAN TENIDO SUFICIENTE ÉXITO, DEBE REFORZARSE CON FOLLETOS, VIDEOS, SALONEOS Y PLÁTICAS CON PODER DE CONVOCATORIA.

MARIO REVILLA
PROFESOR DE CARRERA, TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

LOS GRUPOS DE NUEVO INGRESO PUEDEN CATALOGARSE EN TRES TIPOS: LOS PARTICIPATIVOS, APÁTICOS Y LOS MÁS O MENOS INVOLUCRADOS. LA IMPORTANCIA DE QUE TENGAN CIERTA INFORMACIÓN RADICA EN QUE PUEDAN UTILIZAR MEJOR EL TIEMPO LIBRE, DE TAL MANERA QUE MEJORE SU CÍRCULO INTELLECTUAL UNIVERSITARIO. HAY QUE ESTIMULARLOS E INVOLUCRARLOS PARA QUE SE ACERQUEN A SU CONTEXTO Y NO SE PIERDAN EVENTOS UNIVERSITARIOS Y CULTURALES.

MANUEL AQUINO
PROFESOR DE CARRERA, MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

PARA RECOBRAR LA IMAGEN DE LA ESCUELA SE REALIZÓ EN 1993 UN VIDEO INSTITUCIONAL, PERO FUE MUY GENERAL, CON ALGUNOS DATOS CONTRADICTORIOS Y Poca DIFUSIÓN, TUVO Poca AUDIENCIA, CONSIDERO QUE YA NO ES VIGENTE. SERÍA ÚTIL DAR INFORMACIÓN PARTICULAR DE LA CARRERA A LOS ALUMNOS DE NUEVO INGRESO.

LUCÍA ACOSTA UGALDE
PROFESORA DE CARRERA, COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Los profesores coinciden en un método audiovisual reforzado con material impreso para llevarles información básica y no saturarlos de datos que carezcan de importancia en ese momento, por el contrario, información basada en el conocimiento de las fuentes oportunas de información.

Los *informantes clave* fueron más generales, ya que su trabajo es de servicio a los alumnos en general, pero su opinión en común fue que se puede distinguir con facilidad cuando el estudiante es de una preparatoria particular o de un bachillerato de la UNAM, ya que los primeros están acostumbrados a exigir y a que se les atienda por completo, por el contrario los alumnos de la UNAM están acostumbrados a investigar, son más autosuficientes, y se integran con mayor rapidez y facilidad al mecanismo de operación.

En el caso del Centro de Investigación y Documentación los *informantes clave* resaltaron la importancia de que se maneje la estantería abierta, y las áreas de las que pueden hacer uso, como tesis, periódicos, revistas, libros, mapas y enciclopedias.

EL ESTUDIANTE DE NUEVO INGRESO DEBE VENIR CON LA IDEA DE QUE YA ESTÁ EN UN NIVEL SUPERIOR, Y DEBE TENER LA DISPONIBILIDAD DE INVESTIGAR Y AGOTAR TODAS LAS POSIBILIDADES QUE REQUIERE SU FORMACIÓN ACADÉMICA Y DE INVESTIGACIÓN.

LOURDES SÁNCHEZ
CID

CUANDO TIENEN DUDAS SE ACERCAN, NO CREO QUE HAGA FALTA INFORMARLOS, LO QUE NECESITEN LO TIENEN QUE IR A BUSCAR, TIENEN DUDAS PERO YA PARA QUINTO O SEXTO SEMESTRE ESTO DISMINUYE.

SERVICIOS ESCOLARES

TRAE MUCHAS DUDAS, SE EQUIVOGA Y SE ENREDA CON LOS TRÁMITES, CADA NUEVO CICLO ES IGUAL, PERO CON EL TIEMPO LA MAYORÍA VA AGARRANDO SU PASO, AUNQUE OTROS DE SEMESTRES AVANZADOS SIGUEN VINIENDO CON LAS MISMAS DUDAS.

JAQUELINE
CIE

HACE PREGUNTAS INCOMPLETAS DEL PLAN DE ESTUDIOS Y TRÁMITES, COMO YA VIENEN DEL NIVEL SUPERIOR TRAE CONOCIMIENTOS, PERO NO LOS SUFICIENTES. BÁSICAMENTE DEBEN CONOCER LOS TRÁMITES PARA INSCRIPCIONES Y REINSCRIPCIONES.

*LAURA ORTEGA
ADMINISTRACION ESCOLAR*

Los estudiantes no saben a dónde acudir, desconocen el funcionamiento de los sistemas o trámites. Deben conocer los trámites básicos, como reinscripciones y constancias, además cuando se inscriben se les puede dar algún folleto. Como solución proponen que el estudiante se acerque a ellos y tenga un mayor espíritu de investigación, además de brindarles información básica.

CONCLUSIONES

Luego de conocer estos datos, resultado de entrevistas (19), encuestas (120) y sondeos se propone aprovechar esta tendencia entusiasta de investigación. El afán de los estudiantes por conocer su nueva escuela y la soltura que trae del bachillerato. De esta manera, se podrá mantener y reforzar el ritmo participativo que los haga protagonistas de su entorno y los involucre en su nuevo quehacer universitario.

Conscientes de que la información densa y excesiva resulta inadecuada por no poder procesarse ni asimilarse completamente, la información básica, general y sintetizada resultará prolifera. "Lo breve es dos veces bueno".

Como puntos principales convenientes de informar a los estudiantes pueden ser los siguientes:

- ♦ Plan de Estudios y sus características principales: etapas, requisitos, preespecialidades
- ♦ Objetivos del Programa, su organización y áreas de desempeño profesional.
- ♦ Servicios con que cuenta la escuela: CID, Centro Cultural, Talleres, Idiomas, Centro de Cómputo, principalmente.

Se propone presentar esta información sintetizada a través de una estrategia comunicativa que llegue a los alumnos por diversas vías, oral, escrito y visual; esto la hará atractiva y eficaz, siempre y cuando sea aplicada con oportunidad.

Una estrategia que dé información escrita para que pueda regresar a ella cuando lo requiera, atractiva y de acceso general para que en sus áreas comunes puedan enterarse, una visual que les permita identificar los lugares de interés y una oral que le dé acceso a cuestionar.

Esta dinámica puede sustentarse en un discurso que les fomente la conciencia profesional que estreche los lazos entre la universidad y los estudiantes, una integración que contrarreste la apatía del dejar de producir y ser meros espectadores sujetos a las materias que se les imparten.

Aunque el trabajo se aboca a los alumnos de nuevo ingreso, subrayamos que la información no es necesaria únicamente para la nueva generación, sino para todo el alumnado, que al transcurrir de los semestres van requiriendo de nuevos datos y trámites más precisos como Servicio Social, Práctica Profesional y Titulación.

Por lo anterior, concluimos que la información y comunicación son factores imprescindibles para el nuevo profesional de la comunicación.

Resultará de gran utilidad que este trabajo se extendiera a todos los estudiantes con información permanente y oportuna para cada caso, con canales abiertos de acceso a las fuentes informativas.

Es digna de mencionar, la disponibilidad y participación de estudiantes y maestros para la realización de entrevistas y cuestionarios. En el caso de *informantes clave* fueron un poco más reservados sin llegar a la negación de participar.

Como institución en constante cambio resultó más difícil aplicar correctamente los conceptos y nombres de los órganos escolares. Sobre todo al intentar encontrar un organigrama de la ENEP ACATLÁN. En algunos casos, las fuentes informativas no contenían nombres o eran de acceso restringido o trabajoso.

SEGUNDO CAPÍTULO

*¿CÓMO, CUÁNDO, DÓNDE... DARLE LA
INFORMACIÓN AL ESTUDIANTE?*



El conjunto de alumnos de nuevo ingreso se convierte, con el transcurrir de los semestres, en una organización capaz de elegir representantes de grupo, realizar trabajos en equipo, investigar, producir programas, organizar conferencias, cuestionar el desempeño de alguno o varios maestros, participar y externar sus opiniones. El punto de coincidencia que existe entre todos ellos es espacio, tiempo y objetivo profesional.

La convivencia cotidiana entre alumnos y miembros de la escuela tiene un vínculo común: LA COMUNICACIÓN. Tanto alumnos y maestros convergen con el objetivo de aprender, practicar y profesionalizar el Periodismo y la Comunicación. Cada uno, desde su perspectiva y función, intercambia sus conocimientos, pero este acercamiento y práctica se ve pospuesta por la naciente relación escolar que viven al ingreso.

La pregunta es *cómo* activar esta relación desde temprana hora para que se aproveche al máximo la infraestructura universitaria con el objetivo de formar mejores profesionales conscientes de sus derechos y obligaciones.

La Comunicación Alternativa (CA) utiliza un discurso diferente al dominante y al mismo tiempo emplea caminos distintos a los cotidianos, deja de lado los medios masivos y se basa en expresiones culturales que en ciertos grupos definidos y menores es más eficaz.

En su origen, la CA tiene como objetivo contrarrestar la comunicación oficial y hegemónica, empleada principalmente por grupos rebeldes, sin embargo este tipo de comunicación puede auxiliar hoy en día a grupos específicos y menores, como el de este trabajo. Ante quienes los medios masivos no son alcanzables ni adecuados.

Con métodos alternativos se lograrán mejores resultados con rapidez y bajo costo. En particular la comunicación oficial de la ENEP Acatlán -Departamento de Promoción, Vinculación e Intercambio y de la propia Carrera- no ha sido del todo eficaz, según lo comprueba la investigación precedente, por ello la comunicación alternativa puede alcanzar mejores resultados.

Para este efecto, se propone una estrategia comunicativa, entendiendo como tal a la combinación de varios métodos informativos interdependientes capaces de alcanzar a la mayor parte de la población en estudio a fin de que ésta tenga información y canales abiertos de comunicación hacia las fuentes informativas oportunas.

Dentro de una organización delimitada se pueden emplear diversos productos comunicativos, pero para elegir el más apropiado se analizarán algunos utilizados en la comunicación alternativa.

CÓMO

Según los resultados de las encuestas el 44 por ciento de los estudiantes prefieren y emplean con mayor frecuencia y confianza los carteles y el 50 por ciento comentarios de compañeros de diversas generaciones y maestros. Así que el medio más eficaz resultará el basado en impresos y orales. En ellos el estudiante deposita mayor interés y credibilidad, los impresos tendrán mayor permanencia y los orales permitirán dar respuesta a dudas específicas.

Tanto impresos y audiovisuales son vehículos que permiten que el estudiante visualice los espacios que pronto serán parte de su cotidianidad; los impresos reforzarán esta información haciéndola duradera y al alcance cada vez que lo requiera. Además reforzada por la vía oral.

Actualmente, diseñadores y comunicadores trabajan en distintos formatos de órganos informativos algunos más restringidos -formales y tradicionales- en su diseño como periódicos y revistas; otros más libres -abiertos y modernos- con menos limitaciones que les permiten ejercitar su creatividad gráfica y comunicativa.

Estos son carteles, folletos y hojas sencillas, llamados *literatura directa*⁹, porque va directamente al lector, ya sea por reparto o colocándose en lugares convenientes para disponer de ellos abiertamente. Los folletos y hojas son de bajo costo y tan atractivos como los creadores los hagan, además se puede controlar el proceso de impresión, el color, el papel, el tamaño y la forma, así como el diseño y dobleces.

El uso de ellos es principalmente propagandístico, institucional, sindical, comunitario y desechable, por lo cual a veces no logra difundirse totalmente.

Enseguida se presenta un cuadro de diversas publicaciones que aplica la Comunicación Organizacional así como sus ventajas y características, de ahí se desprenderán los vehículos adecuados para la estrategia que se propone emplear.

⁹ Turnbull, Arthur, Comunicación Gráfica, trad. Alfonso R. Durán, Ed. Trillas, México, 1990, pág. 353-358.

COMPARATIVO DE PRODUCTOS COMUNICATIVOS

PUBLICACIÓN	FORMATO	PÁGINAS	PERIODICIDAD	DISTRIBUCIÓN Y COSTO	RECOMENDABLE PARA INFORMACIÓN:
REVISTA	CARTA/MEDIA CARTA	MÍNIMO 8	QUINCENAL/ MENSUAL	DEPÓSITOS ABIERTOS ALTO	EXTENSA Y VARIADA
PERIÓDICO	TABLOIDE/ STANDART	MÍNIMO 4	DIARIO/ SEMANAL/ MENSUAL	MANO A MANO ECONÓMICO	MEDIANA EXTENSIÓN
BOLETÍN	CARTA/ ENGRAPADO	1 ó 2	QUINCENAL/ MENSUAL/ SEMANAL	DEPÓSITOS/ MANO A MANO ECONÓMICO	PRECISA Y SINTETIZADA
MURAL	PIZARRÓN	UNA GRAN PLANA	SEMANAL/ MENSUAL	SIN MOVILIDAD ECONÓMICO	ÁGIL, VARIADA, NO MUY EXTENSA
FOLLETO	VARIADO/ CREATIVO	MÍNIMO 4	VARIADA ESPECIAL	MANO A MANO/ DEPÓSITOS ECONÓMICO	SECUENCIAL CON ILUSTRACIONES
PÓSTER/ CARTEL	60X100 CM MUY VARIADO	1	VARIADA ESPECIAL	EXPOSICIÓN VARIADO	TEXTO BREVE O SIN ÉL, CON IMAGEN, PUEDE PREVENIR, EDUCAR Y RESTRINGIR
TRÍPTICO	VARIADO Y CREATIVO	MÍNIMO 6	VARIADA	MANO A MANO/ DEPÓSITOS ECONÓMICO	SECUENCIAL, SINTETIZADO, COMBINADO CON GRÁFICOS DE FÁCIL Y RÁPIDA LECTURA
VOLANTE	CARTA O MEDIA CARTA	1	VARIADA	MANO A MANO ECONÓMICO	ANUNCIO BREVE, SINTETIZADO

FUENTE: realizado por la autora con base en apuntes de la materia optativa *Comunicación Alternativa* y del texto *La comunicación en la empresa* de Ricardo Homs.

CUÁNDO

El Departamento de Información, Vinculación e Intercambio realiza, año con año, actividades de adaptación durante los primeros días del semestre desde 1991. Dos años después, el entonces director Víctor Palencia propone su reestructuración y la elaboración de un video-folleto que diera información e integrara a los nuevos estudiantes de la ENEP Acatlán.

Para conocer más de las funciones de este Departamento se realizó una entrevista grupal al arquitecto Carlos Astorga Vega, a los licenciados América Barceló López y Joel Villarreal Luna y, al profesor Adrián Corona Carrasco, todos ellos miembros de este Departamento y algunos participaron en el proyecto del video-folleto.

Reconocieron que el video-folleto no tuvo la debida difusión y, ante ello, la propuesta es realizar exhibiciones en una feria de bienvenida en las instalaciones escolares. Cabe resaltar, que ponen especial interés en la difusión externa de las actividades de la ENEP Acatlán, pero la información interna es precaria y la basan en la exhibición del video.

Pocos estudiantes recuerdan este video, o en algunos casos lo desconocen, quizás por falta de difusión. La asistencia irregular y demás trámites limitan la asistencia del alumnado a dichas pláticas, hecho que se confirma con la encuesta aplicada al mes de inicio de clases, donde los estudiantes manifestaron no tener conocimiento de pláticas o proyecciones de orientación.

De lo anterior se desprende la propuesta de aplicar la estrategia cuando las clases se hayan regularizado, más o menos al mes de ingreso. Posteriormente, se reforzará esta introducción con métodos diversos a los que podrán recurrir con la frecuencia que lo deseen, es decir una estrategia permanente. Puede planearse a dos tiempos o periodos: al ingreso y el resto del semestre.

Para el profesor Jaime Pérez resultaría positivo que de manera particular a la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva se impartiera un curso de inducción, como ya lo están haciendo algunas empresas privadas.

El curso de inducción tiene como finalidad involucrar pronta, eficaz y armónicamente a los nuevos integrantes de una institución o grupo, para que se integren con facilidad y se mantengan los principios del grupo.

DÓNDE

Lógicamente se debe aplicar en los lugares más frecuentados por los estudiantes como son el salón de clases, el CID y la cafetería. Estos lugares no son los únicos oportunos, se pueden aprovechar lugares como Servicios Escolares y la Jefatura del Programa, ésta última se puede convertir en un sitio más frecuentado y cotidiano, con la confianza de poder acudir a ésta a solicitar información y orientación cuantas veces sea necesario.

Uno de los profesores -Enrique Arellano- subrayó la idea de despertar en ellos la duda y erradicar el miedo de acercarse a la jefatura, ésta es la fuente más apropiada para informar, orientar y resolver las dificultades académicas y administrativas.

QUÉ

Ya se ha delimitado el momento y el espacio para informar al estudiante de los principales factores que se involucrarán en su ambiente universitario, es tiempo de puntualizar los datos que se informarán.

LA ESCUELA Y SUS SERVICIOS

La ENEP Acatlán creada en marzo de 1975 cuenta con equipo e instalaciones que impulsa el desarrollo académico y la investigación de estudiantes y profesores; para ello se apoya en:

Administración Escolar

atención personal a los alumnos: inscripciones, reinscripciones, constancias, historiales y demás trámites administrativos

Centro de Investigación y Documentación

biblioteca, hemeroteca, consulta de tesis, mapoteca, internet y fotocopiado

Centro Cultural Acatlán

teatro, talleres, exposiciones, cine, danza, cursos, conciertos, presentaciones

Centro de Idiomas

enseñanza de lenguas y actividades culturales de diversos países

Centro de Cómputo

cursos básicos y de actualización en cómputo

Talleres de Comunicación y Diseño Gráfico

fotografía, estudios de producción televisiva, radial y audiovisual

EL PLAN DE ESTUDIOS

Una de las 16 carreras universitarias que imparte la escuela es Periodismo y Comunicación Colectiva, misma que consta de nueve semestres, seis de formación básica que ubica los conocimientos de la comunicación colectiva en el contexto histórico, social, político y de investigación y tres semestres finales de preespecialización que el estudiante elige entre:

Periodismo escrito
Periodismo electrónico
Comunicación persuasiva
Investigación y docencia

Para séptimo semestre se debe contar con la comprensión de lectura de un idioma. El plan de estudios se propone formar profesionales en periodismo, comunicación organizacional, técnicas de producción por radio y televisión, comunicación persuasiva, así como investigadores y docentes.

En cada uno de los últimos semestres -octavo y noveno- los estudiantes cursan una materia optativa que ellos mismos eligen. Aunque, con el nuevo Plan de Estudios, que comenzará a impartirse a la generación que ingrese en septiembre de 1998, habrán variantes en este Plan la estructura y funcionamiento de este trabajo seguirá siendo aplicable.

LA JEFATURA DEL PROGRAMA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

La División de Humanidades está ubicada en la planta baja del edificio A-8, ahí se encuentran las coordinaciones de las carreras de Enseñanza de Inglés, Filosofía, Historia, Lengua y Literatura Hispánicas, Pedagogía y **Periodismo y Comunicación Colectiva**.

La jefatura de Periodismo y Comunicación Colectiva está integrada por tres jefaturas de sección:

- Seminarios y Metodología
- Medios y Géneros
- Teoría

En ellas se dividen las materias que contempla el plan de estudios y se encargan de atender los casos que en ellas se manifiesten, el responsable de cada sección se relaciona directamente con profesores y alumnos.

CONCLUSIONES

Para identificar si es necesaria la atención particular a esta población de estudiantes se entrevistó a profesores que imparten las materias en primeros semestres y servidores escolares *-informantes clave-* que tienen relación y trato directo con los estudiantes en general, como trabajadores de Centro de Idiomas Extranjeros, de la biblioteca, hemeroteca, y Administración Escolar.

Además, encuestas a estudiantes, permitieron identificar las dudas, inquietudes y desinformaciones que padecen los nuevos compañeros en la escuela. Tanto profesores, servidores escolares y alumnos externaron la conveniencia de atender de manera particular a esta población.

Los estudiantes deberán conocer el funcionamiento e integración básica de los departamentos de la escuela, así como la Jefatura del Programa su organización y funciones. Lo anterior, como base para que comiencen su desenvolvimiento en la escuela sin tantas dudas, identificando *-al menos-* la fuentes básicas de información que le auxiliarán en su estadío escolar.

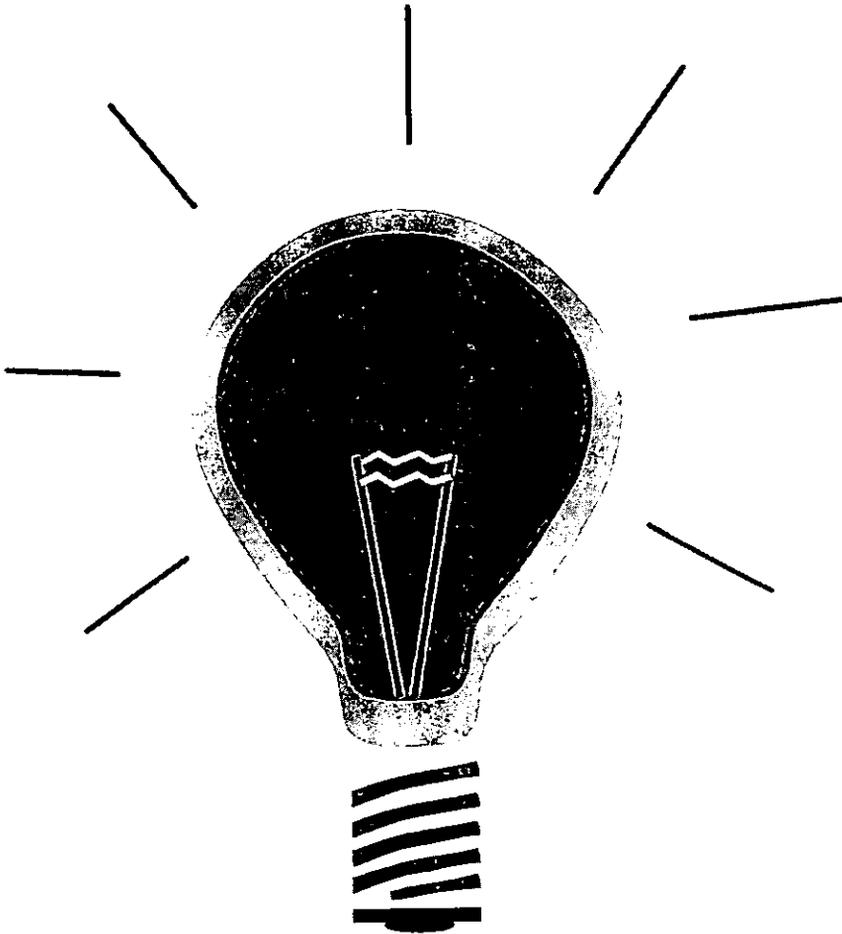
El momento de darle esta información debe comenzar desde su arribo a la escuela, para que posteriormente se mantenga este canal con una estrategia permanente que oriente y comunique al mayor número de alumnos que por uno u otro motivo no atendieron a los primeros mensajes de bienvenida.

En la realización de este capítulo influyó notablemente la Comunicación Alternativa. Para enriquecer los programas derivados de la comunicación oficial que han sido proyectados de manera general y que en muchos casos no han sido atendidos por los estudiantes.

El caso específico del Cuadro Comparativo de Productos Comunicativos fue elaborado con base en los apuntes de la clase de Comunicación Alternativa, impartida por la profesora Lucía Acosta Ugalde, de libros de diseño gráfico y del texto citado. Lo anterior, consecuencia de que la autora no encontró sintéticamente la información que condensara características físicas, informativas, de difusión, costos y recomendación de usos. Independientemente de este trabajo este cuadro puede resultar de utilidad al lector.

TERCER CAPÍTULO

DESARROLLO Y EXPOSICIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PROPUESTA



La estrategia de la comunicación tiene como fin el persuadir con un discurso general y diseñado en un plan maestro, éste debe incluir la identificación y descripción de los elementos esenciales de la situación.¹⁰

La estrategia es el mapa en el que se detallan y coordinan los pasos y aspectos de la comunicación para lograr el cambio deseado en actitudes y conductas.

Para este trabajo la estrategia comunicativa está basada en el diseño de Otto Lerbinger en su libro *Diseños para una comunicación persuasiva*. Este diseño contempla tres aspectos:

1 Determinar el objeto

a) estudiar el problema

2 Analizar la audiencia

a) identificarla

b) medir o interpretar sus acciones

3 Diseñar el programa

a) fuente

b) mensaje

c) medio

En este punto del trabajo estamos en la parte tres, pues ya estudiamos el problema, identificamos e interpretamos las acciones del estudiante de nuevo ingreso y la información que requiere, ahora se diseñará la estrategia comunicativa.

La información que los estudiantes de nuevo ingreso deben conocer es la que utilizarán de manera inmediata, es decir, no saturarlos con cúmulos de información que en primer lugar no asimilarán ni pondrán en práctica a la brevedad.

Si la información se da en varias vertientes y en distintas versiones, pero dirigiendo siempre al estudiante a la jefatura del programa -como primera instancia de información- el estudiante sabrá a dónde dirigir sus inquietudes, sugerencias y preguntas.

De esta forma, la estrategia a seguir para establecer el vínculo de comunicación entre el alumno y la escuela será a través de carteles, folletos, pláticas de introducción y del estudiante guía. Estos elementos informarán -en la medida de sus características- de temas básicos que generan dudas, imprecisiones o ignorancia. Por supuesto estarán colocados en lugares de mayor afluencia de estudiantes de la carrera.

¹⁰ Lerbinger, Otto, *Diseños para una comunicación persuasiva*, Ed. El Manual Moderno, México, 1979.

PRIMERA FASE

La ENEP Acatlán hace, año con año una presentación general a los alumnos que ingresan. A cargo de esta actividad está el Departamento de Promoción Vinculación e Intercambio que realiza una plática con los estudiantes durante la primera semana del semestre y presenta un video con información general de la Escuela.

Cabe señalar, que a esta presentación no acude el total de los estudiantes, debido a que las clases son irregulares, están realizando trámites de cambio de turno, plantel, carrera, inscripciones y demás movimientos administrativos; además, que los alumnos están apenas descubriendo las instalaciones y algunos se muestran apáticos o simplemente no se enteran.

Para la generación que ingresó en agosto de 1997 el Departamento de Promoción, Vinculación e Intercambio preparó una Feria que presentó los servicios y las carreras de la Escuela. Esta Feria fue abierta al público en general, pero con especial atención a los nuevos alumnos a través puestos informativos, éstos presentaron básicamente a las cinco divisiones académicas y sus respectivas carreras.

Este trabajo seguramente llegó a gran número de estudiantes y se realizó los días 12, 13 y 14 de agosto de 1997 y se tiene programado realizarlo anualmente. Factor importante de difusión aunque no específico para cada carrera.

SEGUNDA FASE

La Jefatura de Periodismo y Comunicación realiza una presentación particular a los alumnos de nuevo ingreso de la carrera, proyecta un audiovisual y algunos representantes del Programa platican brevemente con los alumnos.

Será pertinente informar a los estudiantes de esta actividad a través de carteles en ventanillas de servicios escolares y en el edificio de clases. Asimismo, es recomendable que se realice cuando las clases sean más regulares y los trámites administrativos hayan concluido.

Se presenta una propuesta de guión -basado en los datos recabados- con información general y dirigida exclusivamente a la población en estudio. Probablemente, algunos alumnos o profesores estén interesados en realizar un video de práctica y enseñanza, alguno de ellos estaría en posibilidades de concretar un video particular para la Carrera y el Programa podría apoyarlos para ir actualizando la información que se difunda.

GUIÓN: VIDEO PRESENTACIÓN
TEMA: BIENVENIDOS
OBJETIVO: PRESENTACIÓN DE LA ENEP ACATLÁN
A LOS ALUMNOS DE NUEVO INGRESO DE
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA.

DURACIÓN: 3'

REALIZACIÓN: AURORA MIRANDA MATUS.

VIDEO

TOMAS ABIERTAS DE:
ENTRADA DE LA ESCUELA
EDIFICIOS,
EDIFICIO DE GOBIERNO,

CID, ESTUDIANTES EN CONSULTA
PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN,
AULAS EN CLASE,
SERVICIOS ESCOLARES,
VENTANILLAS DE DIFERENTES
CARRERAS ATENDIENDO
ESTUDIANTES, FOTOCOPIADORAS,
LIBRERÍA,
PIEDRA

EXPLANADA CENTRAL, ESTUDIANTES
DE ESPALDAS QUE CAMINAN HACIA LA
JEFATURA DE PERIODISMO.
ESTUDIANTES PRODUCIENDO EN
RADIO Y TELEVISIÓN, ESCRIBIENDO EN
TALLERES DE REDACCIÓN,
EXPONIENDO TEMAS Y DANDO CLASES

AUDIO

LOC. Bienvenidos: a la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, creada en 1975, con el fin de distribuir y atender a mayor número de estudiantes universitarios.

Actuaría, Arquitectura, Ciencias Políticas y Administración Pública, Derecho, Diseño Gráfico, Economía, Enseñanza de Inglés, Filosofía, Historia, Ingeniería Civil, Lengua y Literatura Hispánicas, Matemáticas Aplicadas a la Computación, Pedagogía, Relaciones Internacionales, Sociología y Periodismo y Comunicación Colectiva, son las 16 carreras que la ENEP Acatlán imparte.

Una de ellas, el motivo de nuestra estancia es Periodismo y Comunicación Colectiva. Carrera de nueve semestres con cuatro preespecialidades: Periodismo Electrónico, Escrito, Comunicación Persuasiva e Investigación y Docencia.

VIDEO

CRISTALES DE LA JEFATURA CON HORARIOS Y GRUPOS TIRA DE MATERIAS, HISTORIALES ACADÉMICOS, INSCRIPCIONES, EXAMEN DE IDIOMAS, VENTANILLAS DE SERVICIO SOCIAL Y CARTELES DEL MISMO, TALLERES DE TEATRO, MÚSICA, SEMINARIOS Y CONFERENCIAS

CID, HEMEROTECA, BIBLIOTECA, CONSULTA DE COMPUTADORAS, MAPOTECA, ENCICLOPEDIAS, PRÉSTAMO DE LIBROS, CENTRO DE CÓMPUTO,

CENTRO CULTURAL, EXPOSICIONES, OBRAS, CONCIERTOS, TEATRO, CINE,

ÁREA DEPORTIVA

GACETAS, CARTELES GACETA UNIVERSITARIA, MURALES EN JEFATURA DE PROGRAMA, ÚLTIMA HORA, GACETA ACATLÁN. JEFATURA DE PROGRAMA, PROFESORES Y VENTANILLAS

AUDIO

Seguramente, al escoger esta carrera universitaria consultaste planes de estudio, si no, es importante que conozcas el plan que vas a seguir durante la formación profesional, requisitos, materias, especialidades, idiomas, servicio social y prácticas profesionales. Esto te ayudará a aprovechar mejor tu tiempo y a desenvolverte con mayor seguridad, alternando actividades escolares con otros cursos que acrecienten tu nivel cultural.

Para apoyar tu desempeño escolar la ENEP Acatlán cuenta con servicios de biblioteca, hemeroteca, consulta de tesis y revistas, librería, talleres culturales, de radio y televisión.

Como periodista o profesional de la comunicación debes tener conocimientos de diversos tópicos por ello es importante que aprecies expresiones culturales y actividades diversas, como las deportivas.

Para mantenerte informado y al tanto de lo que sucede en la escuela puedes recurrir a dos tipos de fuentes: a la Gaceta Universitaria y Acatlán, además de Última Hora. Otra es a través de ventanillas y consulta a profesores de la carrera, pero sobre todo a quienes se encuentran en la Jefatura del Programa de Periodismo.

VIDEO

**COLLAGE
VENTANILLAS DE SERVICIOS,
TALLERES DE TV, RADIO Y
REDACCIÓN,
CENTRO CULTURAL,
CID, LUDOTECA,
ÁREA DEPORTIVA,
EXPLANADA,
EDIFICIO DE GOBIERNO,
PIEDRA.**

AUDIO

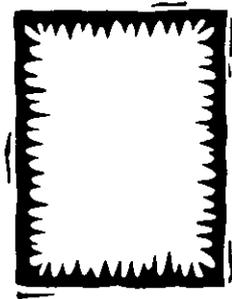
Eres parte de la Universidad, estás formándote profesionalmente y requieres ser protagonista de tu tiempo, conoce, participa y enriquece tu formación académica y extra escolar.

La ENEP Acatlán está abierta y decidida a ofrecerte vínculos que te integren al quehacer laboral con competitividad.

En la ENEP Acatlán te damos la:
BIENVENIDA

TERCERA FASE

Carteles

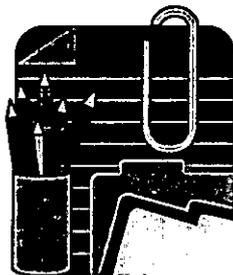


Según la encuesta aplicada, los estudiantes prestan mayor atención a los carteles que encuentran en el edificio de clases, a través de ellos se puede difundir la ubicación de la jefatura y algunos puntos prioritarios de conocer, despertando en ellos la duda, para que acudan en búsqueda de mayor información.

Pueden distribuirse dos carteles en cada piso de los dos edificios en que se imparten clases de la Carrera. Destacando actividades extra y académicas, calendario escolar, información de pláticas introductorias, examen médico, inscripciones y reinscripciones.

Asimismo, ubicación de talleres, Centro Cultural, Centro de Idiomas Extranjeros, Centro de Información y Documentación, entre otros.

Folletos



Éstos pueden ser en dos formatos: uno que busque informar de manera general el plan de estudios -que ya existe- y con los requisitos y servicios que directamente apoyarán su desarrollo escolar. Otro folleto será más específico en información de Servicio Social, prácticas profesionales, preespecialidades, materias optativas e idiomas. Además, se sugerirán cursos y talleres para cada preespecialidad, esto abrirá mayores horizontes de desempeño profesional. Estos folletos en la Jefatura de Carrera pueden ser permanentes y otros disponibles durante todo el primer semestre.

Resultaría de bajo costo emplear fotocopias y distribuirse en los salones. Además, dejar ejemplares disponibles en la Jefatura del Carrera. Otro tanto puede realizarse en material más durable y resistente para que queden fijos en esa misma zona y puedan ser de consulta permanente.

CUARTA FASE

Estudiantes guía



La investigación precedente permitió conocer que los estudiantes confían sus preguntas y dudas a sus compañeros de generación y de otros semestres, el compartir los salones y edificios va creando relaciones entre ellos, de igual manera se informan mutuamente de lo que sucede en su ambiente común.

Los alumnos que cursan la preespecialización de Investigación y Docencia comienzan a tener mayor interés en la cátedra y enseñanza, ellos apoyan a los maestros con registros de asistencias y calificaciones y poco a poco se van preparando para dar clases y adquirir experiencia.

Los interesados no necesariamente pueden ser de Investigación y Docencia, sino de cualquier preespecialidad, para ellos un incentivo extra pudiera ser liberar su Servicio Social y no limitar su actitud a informar ubicación de edificios, sino Plan de Estudios, materias optativas, preespecialidades, idiomas, reinscripciones, trabajos de investigación y todas las dudas que puedan plantearse.

Si unimos la necesidad de adquirir información de primera mano y por tanto calificada con el apremio de obtener experiencia en la docencia podemos resolver ambas con el apoyo de los propios estudiantes, que a su vez se vincularán e intercambiarán experiencias escolares y extra académicas. Es decir, los estudiantes guías de sus compañeros de reciente ingreso, enriquecedor para ambas partes en experiencia e información.

La propuesta es que un estudiante guía -de séptimo, octavo o noveno semestre- por grupo, en ambos turnos, se presente e intervenga una ocasión por clase cuando el profesor se lo indique y de común acuerdo. Para que durante el primer semestre los auxilie y oriente.

Por medio de esta estrategia los alumnos de nuevo ingreso tendrán acceso a la información básica necesaria para comenzar su desarrollo en la escuela, además se abrirá un canal de comunicación con la Jefatura de carrera, donde podrá acudir regularmente para resolver sus inquietudes con precisión y efectividad.

ESQUEMA DE LA ESTRATEGIA PROPUESTA

Programa de Vinculación,
Promoción e Intercambio



Feria de Información,
video



Jefatura del Programa de Periodismo
y Comunicación Colectiva



Pláticas introductorias,
video o método audiovisual,
folletos, carteles
guías de grupo



alumnos de nuevo ingreso



Departamento de Difusión
Gaceta Universitaria
Gaceta ENEP Acatlán
Última hora

ESQUEMA POR FASES

TIEMPO	ACCIÓN	EFECTO
PRIMERA FASE SEMANA DE INSCRIPCIONES	COLOCACIÓN DE CARTELES EN SERVICIOS ESCOLARES Y EN LA JEFATURA DE PROGRAMA	INFORMAR DE LAS PLÁTICAS Y FERIA DE INFORMACIÓN
PRIMERA SEMANA DE CLASES	CARTELES Y FOLLETOS EN SALONES	ANUNCIO DE LA PRESENTACIÓN DEL VIDEO ESPECÍFICO
SEGUNDA FASE SEGUNDA SEMANA DE CLASES	PROYECCIÓN DEL VIDEO/AUDIOVISUAL REPARTIR FOLLETOS	VISUALIZACIÓN DE LOS SITIOS Y SERVICIOS MÁS RELACIONADOS CON LA CARRERA Y CONOCER DATOS RELEVANTES DE LA CARRERA, ASÍ COMO A ALGUNOS DE SUS INTEGRANTES
TERCERA FASE PERMANENTE	FOLLETOS FIJOS Y VOLANTES EN LA JEFATURA DEL PROGRAMA	INFORMAR PERMANENTEMENTE A LOS ESTUDIANTES DE CUALQUIER SEMESTRE DEL PLAN DE ESTUDIO, REQUISITOS, OPTATIVAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA CARRERA
CUARTA FASE SEGUNDA SEMANA	PRESENTACIÓN DEL ESTUDIANTE GUÍA	COMUNICACIÓN Y RELACIÓN DIRECTA CON UN ESTUDIANTE QUE AYUDE EN PRIMERA INSTANCIA A RESOLVER DUDAS DE LOS NUEVOS COMPAÑEROS

CONCLUSIONES

Desde el inicio y bosquejos este trabajo de investigación fue recibido positivamente por maestros, estudiantes, servidores escolares y observadores, resaltando la importancia de estar informados y comunicados para optimizar el desarrollo profesional.

A través de la estrategia comunicativa propuesta los alumnos de nuevo ingreso podrán tener acceso a mayores impactos informativos desde diferentes fuentes, que refuerzan las ya establecidas oficialmente.

Con lo anterior, se pone especial interés en los alumnos de Periodismo y Comunicación Colectiva, para que desde su inicio académico se involucren con su entorno y sean más participativos en su formación profesional, aprovechando al máximo los servicios y recursos que tiene la escuela y la propia Universidad.

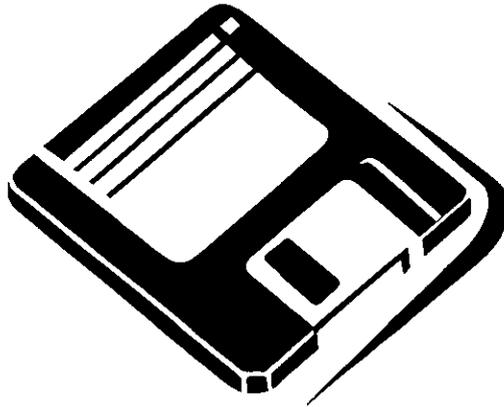
Los recursos humanos que se proponen invertir están ya dentro de la escuela, los materiales que se proponen utilizar para la estrategia no son de alto costo si se toman en cuenta los beneficios que pueden revertir. Además, si se logra vincular a los pasantes o prestadores de Servicio Social para que orienten a los nuevos compañeros se aprovechan recursos humanos, se daría práctica profesional y posiblemente cuente como Servicio Social.

Ésta dinámica es de intercambio, mientras los estudiantes toman experiencia la nueva generación se apoya en ellos para conocer más a fondo la escuela, la carrera y su profesión. Además, de compartir experiencias y conocimientos de gente de la misma edad, con quienes se pueden manifestar mayor confianza.

Para quienes se interesen en mantener la brecha comunicativa abierta y aplicar los conocimientos técnicos en la práctica cotidiana, es ésta materia dispuesta para trabajar y dejar legados positivos, sino permanentes -por los cambios constantes- sí directamente palpables y accesibles para los estudiantes.

Esta investigación propone brindar soluciones -basadas en la comunicación- a estudiantes de la propia carrera, es una forma de enseñar aplicando.

ANEXO



CÉDULA DE ENTREVISTA A PROFESORES

1 ¿Qué caracteriza a un alumno de reciente ingreso de los demás?

- Va a lugares equivocados y con las personas no indicadas
- Está desubicado
- Desconoce trámites
- Está prejuiciado equivocadamente del profesional de la comunicación
- Desconoce por completo el plan de estudios
- Su relación con la escuela prácticamente es exclusiva con Administración Escolar
- Son poco participativos

2 ¿Ha notado usted algún tipo de mala información o malentendidos de los estudiantes de nuevo ingreso con respecto a su nueva situación escolar?

- Generalmente no tienen información, ni cierta ni equivocada
- Tienen información vaga e imprecisa
- Algunas veces -pocas- se acercan a consultarnos

3 ¿Da usted algún consejo, sugerencia o información a sus alumnos de nuevo ingreso?

- La mayoría está dispuesta a dar información y/u orientación, son pocos los que propia iniciativa sugieren y orientan sin que se les pida

4 ¿Acuden a usted los alumnos de nuevo ingreso para preguntarle dudas de la carrera o funcionamiento de la escuela?

- Sí, regularmente se acercan a los profesores, sobre todo para preguntar la ubicación de la Jefatura de Programa

5 ¿Cree necesario algún tipo de atención/información particular para el alumno de nuevo ingreso? ¿de qué tipo?

- Todos respondieron que sí, y sugieren: folletos con buena difusión; audiovisuales para que ubiquen y se vayan familiarizando con los nuevos lugares; pláticas y presentación de los responsables del Programa; que los maestros los estimulen para que ellos mismos busquen información; no dar mucha información porque la olvidan y sobre todo hacerla atractiva y accesible.

CÉDULA DE ENTREVISTA A SERVIDORES CLAVE

- 1 ¿Qué tipo de estudiantes de nuevo ingreso tenemos en la escuela?
 - Los informados y más participativos -que en mayoría provienen de preparatorias y CCH's de la UNAM y los desinformados y más demandantes que regularmente vienen de escuelas particulares
- 2 ¿Cuáles son las dudas más frecuentes?
 - Los procedimientos para inscribirse, sacar papelería, credenciales, ubicación de salones y para hacer uso del acervo bibliográfico
- 3 ¿Qué debe conocer, según su área de trabajo, el estudiante de nuevo ingreso?
 - Los servicios de la escuela y los procedimientos para utilizarlos
 - Calendarios
 - Ubicar su salón y Jefatura de Programa
- 4 ¿De qué forma sugeriría se le dé esta información?
 - En pláticas
 - Con folletos
 - En la Jefatura de su carrera
- 5 ¿Cuál sería el perfil idóneo del estudiante de nuevo ingreso?
 - Participativo y que sepa las funciones de cada área (Administración Escolar, biblioteca y demás)
 - Con ánimos de conocer más, de investigar y aprovechar al máximo su entorno universitario
 - Que conozca los trámites de inscripción y reinscripción, la ubicación de su Jefatura y los edificios
 - Con buena memoria

BIBLIOGRAFÍA



- Abruch Linder, Miguel, Metodología de las Ciencias Sociales, compilador, ENEP ACATLÁN, México, 1989.
- Aguilera, Joaquín de, Principios de historia de los medios audiovisuales, Ed. Tecnos, Madrid, España, 1980, pp. 259.
- Baena, Guillermina, Instrumentos de Investigación, Ed. Editores Mexicanos Unidos, México, 14^a ed., 1994.
- Baker, Stephen, Arte publicitario, su dirección, creación y técnicas, Ed. Hispano europea, Barcelona, España, 1967, pp 524.
- Barbero, Martín, Comunicación masiva, discurso, poder y comunicación, UAM Azcapotzalco, México.
- Cadet, André y Cathelat Bernard, La publicidad, Ed. Hispano europea, Bcelona, España, 1971, pp. 246.
- Castilla, del Pino Carlos, La incomunicación, Ed. Península, Barcelona, España, 1971, pp. 153.
- Eco, Umberto, Cómo se hace una tesis, traduc. Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibáñez, Ed. Gedisa, España, 1992.
- Goldhaber, Comunicación organizacional, Ed. Diana, México, 1984, pp. 423.

- Homs Quiroga, Ricardo, La Comunicación en la empresa, Ed. Iberoamericana, México, 1990.
- Homs Quiroga, Ricardo, La crisis comunicacional de una sociedad en transición, Ed. Ariel divulgación, México, 1995, pp. 167.
- Klapp, Orrin, Información y moral, trad. Eduardo L. Suárez, FCE, México, 1985, pp. 254
- Lerbinger, Otto, Diseños para una comunicación persuasiva, traduc. Miguel Salas Sánchez, Ed. El manual moderno, México, 1979, pp. 298.
- Magarinos de Morentin, Juan Angel, El mensaje publicitario, Ed. Edicial, buenos Aires, Argentina, 1991, pp. 411.
- Mc Entee, Eileen, Comunicación oral, Ed. Alhambra mexicana, México, 1994, pp. 313.
- Orozco, Guillermo, Al rescate de los medios, Ed. Fundación Manuel Buendía, México, 1994.
- Packard, Vance, Las formas ocultas, Ed. Sudamericana, Buenos Aires, Argentina, 1978, pp. 285.
- Renau, Josep, Función social del cartel, Ed. Torres, Valencia, España, 1976, pp. 100.
- Ricci Bitti, Pio, Comportamiento no verbal y comunicación, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, España, 1980, pp. 204.
- Rodas Salinas, F.J., Información y comunicación, Ed. Gustavo Gilli, México, 1992, pp.143.
- Sánchez Guzmán, José Ramón, Breve historia de la publicidad, Ed. Pirámide, Madrid, 1976.
- Turnbull, Arthur T, Comunicación gráfica, Ed. Trillas, México, 1986, pp. 429.