

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**“Diseño de Cartelera de Eventos Académicos y Culturales
para la Oficina de Difusión Cultural y Relaciones Públicas
en UPIICSA del IPN”.**

Tesina

Que para obtener el Título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

Liliana Rivero García

Asesora:

Profra. Virginia Reyes Castro

México, D.F., 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos:

***A mis padres
Ginés y Flavia***

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	
1.1.1 COMUNICACIÓN	6
1.1.2 ORGANIZACIÓN	9
1.1.3 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	12
1.1.4 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	13
1.1.5 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	15
1.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA	19
1.3 CARTELERA	21
CAPÍTULO 2	
2. UPIICSA	
2.1 INTEGRANTES DE LA INSTITUCIÓN	25
2.2 ACTIVIDADES	26
2.2.1 ORÍGENES	26
2.2.2 FILOSOFÍA DE LA UPIICSA	28
2.3 FUNCIONES Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	31
2.3.1 SUBDIRECCIÓN DE EXTENSIÓN Y APOYO ACADÉMICO	33
2.4 DIFUSIÓN CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICAS	34
2.4.1 ACTIVIDADES QUE SE LLEVAN A CABO EN LA OFICINA DE DIFUSIÓN CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICAS	35
CAPÍTULO 3	
3. DISEÑO DE CARTELERA DE EVENTOS ACADÉMICOS Y CULTURALES	
3.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	41
3.1.1 COMUNICACIÓN EN LA UPIICSA	41
3.1.2 PUBLICACIONES INTERNAS EN LA UPIICSA	43
3.2 DIAGNÓSTICO	45
3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PÚBLICO EN LA UPIICSA	45
3.2.2 CUESTIONARIO	46
3.2.3 GRÁFICAS	48
3.3 CARTELERA “Voces de difusión”	55
3.4 IMPLEMENTACIÓN	60
3.5 EVALUACIÓN	63
CONCLUSIONES	70
ANEXOS	76
BIBLIOGRAFÍA	79

INTRODUCCIÓN

La formación de profesionistas de alto nivel en las Instituciones de Educación Superior desempeña un papel de gran importancia. Una característica de la sociedad actual es la de estar en un proceso de desarrollo, transformación y adaptación a las nuevas tecnologías, sobre todo en el área de difusión de la información de manera que las instituciones se ven obligadas a responder en forma adecuada a esos requerimientos. Esto constituye, sin lugar a dudas, un imperativo estratégico para el crecimiento de cualquier sociedad.

La Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA), del Instituto Politécnico Nacional (IPN), es una institución de educación superior que realiza un constante esfuerzo para elevar el nivel de sus egresados. Con este fin se han desarrollado sistemas eficaces de información y difusión a la comunidad educativa, los cuales constituyen el tema de esta investigación.

La investigación fijó como uno de sus objetivos el estudio detallado de Difusión Cultural y Relaciones Públicas en la UPIICSA. En una primera etapa se recabó información sobre su estado actual y su funcionamiento. En una segunda etapa se realizó un estudio de mercado para definir las necesidades del área. A partir de dicho estudio se estableció un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y

Amenazas)¹, y en la etapa final se diseñó una cartelera de eventos académicos y culturales para mejorar la promoción de los eventos que se realizan en el interior de la Institución.

Durante la etapa inicial de este trabajo, se estableció que el Departamento de Difusión, carecía de una forma propia de comunicación con el público, ya que sólo se utilizaban cartulinas y volantes, los cuales eran insuficientes para convocar a la comunidad politécnica.

El manual de procedimientos de la UPIICSA en la sección correspondiente al departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas, establece que la difusión es prioritaria, por lo que las innovaciones presentadas durante el proyecto resultaron de fundamental importancia para cumplir con este objetivo.

Después de llevar a cabo un análisis de la información recabada, se establecieron áreas de oportunidad para el mejor funcionamiento del departamento. Se eligió el diseño y puesta en marcha de una cartelera de eventos académicos y culturales.

Cartelera, entendida como un medio de comunicación escrita breve, que contiene información específica sobre los eventos y actividades de interés de un determinado público destinatario.

La cartelera publicada se denominó *Voces de difusión* y se consideró la estrategia óptima, que tendría como finalidad incrementar el conocimiento de los esfuerzos que realiza el departamento, principalmente para favorecer el aprovechamiento de la

¹ La matriz FODA es una herramienta de formulación de tácticas para desarrollar en cuatro tipos FO, DA, DO Y FA, y se obtiene al definir y combinar las fortalezas internas, oportunidades externas, debilidades internas y amenazas externas en una empresa.

oferta cultural por parte de los alumnos, de los docentes y personal administrativo de la Institución.

Un aspecto fundamental que favoreció la puesta en práctica de la cartelera *Voces de difusión* fue el hecho de que no representaba un esfuerzo institucional de alto costo.

La hipótesis central de este trabajo es comprobar que el uso de la cartelera, *Voces*, por Difusión Cultural para promover los eventos académicos y culturales de UPIICSA, tiene mayor alcance e impacto como estrategia para convocar a la comunidad de esta institución.

Para concretar esta estrategia de comunicación se elaboraron tres capítulos; el primero, llamado Comunicación Organizacional establece los fundamentos teóricos, explica su efecto en las organizaciones y describe las teorías organizacionales y de la comunicación, así como sus niveles y estrategias de aplicación.

En el segundo capítulo titulado UPIICSA, se describe la misión de Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas en lo referente a su misión, visión y su filosofía. De igual forma se describe, de manera general, su objetivo, su estructura organizacional, así como las tareas de las áreas de responsabilidad y las funciones del Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas.

Diseño de Cartelera de eventos académicos y culturales es el nombre del tercer capítulo, en él se aborda el análisis de la situación comunicativa del Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas, para lo cual se llevó a cabo una

encuesta, aplicada a la población estudiantil, docente, y administrativa, que sirvió como herramienta de diagnóstico.

Por otra parte se describen los resultados obtenidos a partir de la implementación y diseño de la cartelera, por medio de una segunda encuesta, enfocada al análisis de la respuesta de la comunidad de la UPIICSA a la publicación de “Voces de difusión”. Se determinó así, el grado de eficacia del flujo de la información originada en Difusión Cultural y Relaciones Públicas hasta la recepción y respuesta de sus destinatarios.

Parafraseando a Marshall McLuhan cuando se refiere al medio de comunicación como una prolongación de nosotros mismos.² Así la cartelera será una prolongación del departamento, será una extensión, un órgano de difusión de UPIICSA, cuando *Voces de difusión* extienda sus voces a la comunidad e informe sobre los eventos llevados a cabo en esta institución, habrá una respuesta positiva de su público, logrando que este medio de comunicación interno sea una prolongación de la institución misma.

² Mc Luhan, Marshall, *La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre*, México, 1989, pag.29

Capítulo 1

1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

1.1.1 COMUNICACIÓN

Para entender la importancia de la comunicación en una institución es necesario recurrir a los teóricos de la misma y a sus diferentes conceptos, a continuación se mencionan algunos de ellos.

“Comunicación es la acción y efecto de hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa; consultar, conferir con otros un asunto”.³

“La palabra comunicación proviene del latín *communis*: (común). Al comunicarnos pretendemos establecer algo en común con alguien”.⁴

Un concepto básico que hay que definir es comunicación, ya que este trabajo aborda un problema comunicativo de una organización y para encontrar una solución es necesario sentar las bases de lo que se va entender como comunicación y los elementos que la afectan o constituyen.

La comunicación existe desde las primeras etapas del hombre. El ser humano no es solitario por naturaleza, al contrario, es gregario (que está en compañía de otros). Esto conlleva la necesidad básica de comunicación con el grupo al que pertenece y con otros grupos con los que interactúa.

Aristóteles en su retórica maneja el término persuadir a determinada acción, y para ello se debe hacer al otro partícipe de la información y de la manera en que se realice ésta, así dependerá si se logra inducirlo.

³ Flores de Gortari, Sergio, Hacia una Comunicación Administrativa Integral, México, 1977, Pág.24.

⁴ Fernández Collado, Carlos, La Comunicación Humana Ciencia Social, McGraw-hill, México, 1990, Pág.3

El hombre como ser social comparte información y para lograr este acto de comunicación las personas que participan en él, deben estar en el mismo canal.

Para ello “es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso”.⁵

El que quiere comunicar debe estar en el mismo canal del que va a ser comunicado, ya que la comunicación es un proceso de ida y vuelta, una acción que espera una reacción.

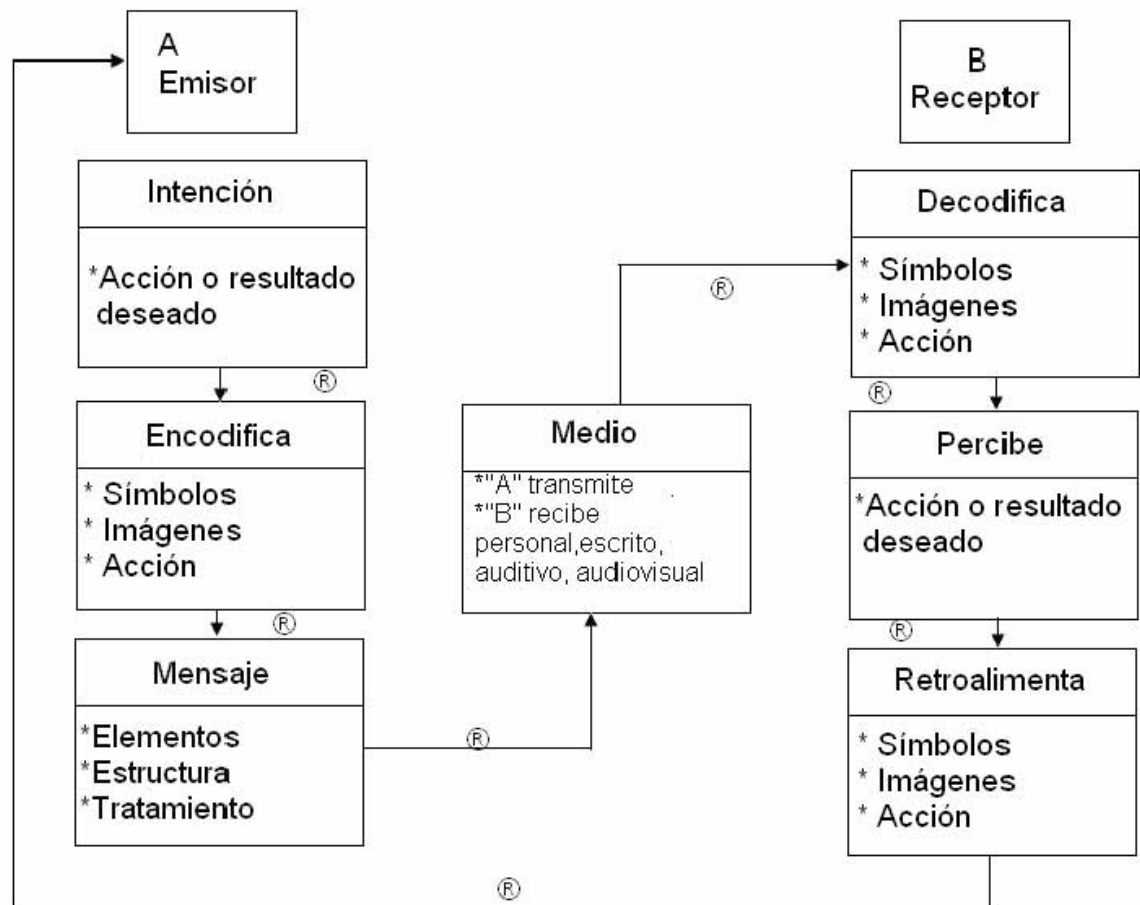
Se realiza una acción cuando hay comunicación y se quiere causar en la otra persona un resultado; puede ser persuadirlo o informarlo. Para lograr este objetivo es necesario que la comunicación cumpla con su proceso.

La comunicación transmite ideas de forma dinámica, para ello habrá que contar con un proceso comunicativo completo, cuyos elementos son un emisor o fuente, que es quien da a conocer la información (mensaje), un canal que es el medio por el cual se transmite, un receptor a quién está dirigida y un mensaje que es la información de la cual queremos hacer participe al otro.

Para saber si realmente el mensaje llega a su destino el receptor da una respuesta (reacción), en donde existe una retroalimentación de información.

Esto se aprecia de manera clara en el esquema que a continuación se muestra:

⁵ Fernandez Collado, Carlos, *La Comunicación en las Organizaciones*, Trillas, México, 1999, 5ta edición, Pág. 19



6

AUTOR ALBERTO MARTÍNEZ DE VELASCO

Con base en Martínez de Velasco y como se ha visto en el cuadro, cuando el **emisor** tiene la idea de compartir algo debe convertirlo en palabras o símbolos, imágenes o acciones; esto es **encodificar** el mensaje.

El **mensaje** debe tener una estructura y un tratamiento específico, el emisor debe tener bien definido qué quiere lograr con la información enviada. Sin embargo, hay que tener claro el propósito del mensaje y si está usando un lenguaje y un contexto que el receptor pueda entender, para que además de ser enviado y recibido, se retroalimente.

⁶ Martínez de Velasco, Alberto, *Comunicación Organizacional Práctica*, México, 2004, Pág.14

Por ello es de suma importancia el **medio o canal**, que es por donde se transmite y recibe la información, el cual debe estar sincronizado entre el emisor y receptor.

Asimismo, en el momento en que es recibida la información, el receptor la **decodifica**, traduce o reinterpreta, esto causa la reacción o resultado deseado. Entonces, el receptor manda una respuesta, convirtiéndose además en una operación de **retroalimentación**. Al obtener una respuesta el receptor sabrá el resultado que obtuvo, si el medio fue el adecuado y, sí se cumplió el propósito comunicativo. Esta retroalimentación permite identificar, analizar y resolver, en su caso, problemas en el proceso comunicativo como la sobrecarga de información, insuficiencia, retraso, saturación y omisión de información, entre otras.

Debido a lo anterior, es necesario que la comunicación sea un proceso dinámico en donde las partes se estén retroalimentando constantemente y la información fluya.

1.1.2 ORGANIZACIÓN

La sociedad cuando está integrada en grupos definidos que cumplen funciones y propósitos establecidos son llamados organizaciones.

“La organización es un sistema social en el que la acción coordinada y la interrelación de individuos conducen, mediante la división del trabajo, a la consecución de fines comunes”.⁷

Para alcanzar los objetivos marcados en una organización es necesario realizar todo a través de la cooperación mutua, de tener los suficientes materiales, de implementar

⁷ Bonilla Gutiérrez, Carlos, *La Comunicación, Función Básica de Las Relaciones Públicas*, México, 2001, pag. 16

una buena comunicación con los integrantes, para que todos los productos procesados sean de utilidad y beneficio.

Entonces hay organizaciones que cumplen con cierto propósito u objetivo, para ello es necesaria la participación coordinada de sus miembros, los cuales están concientes de los objetivos y conjuntamente luchan por ellos, para así retribuirlo a la sociedad a la que pertenecen.

Según Bonilla, las organizaciones se dividen en formales, las cuales poseen un sistema de división del trabajo que da como resultado su estructura definida, es decir, las actividades son coordinadas para conseguir un objetivo predeterminado. Y las informales nacen del agrupamiento espontáneo de miembros pertenecientes a una organización formal.⁸

Las organizaciones informales son aquellas que emergen espontáneamente y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la estructura; constituyendo interacciones y relaciones necesarias en gran parte de los casos, generadas por la inoperancia de la estructura formal debido a una deficiente planeación de la organización, al envejecimiento organizacional o a negligencia u omisión operativa. Por ejemplo, la amistad que surge entre compañeros de oficina.

Por otra parte, la organización formal implica que sus integrantes sean capaces de comunicarse entre sí y estén dispuestos a actuar y participar con un propósito común. Por ejemplo, la celebración de la entrega de diplomas a los alumnos en la UPIICSA, en donde el Departamento de Difusión Cultural es el encargado de llevar a

⁸Ibidem, Pág.16

cabo el protocolo de la misma, así como la Oficina de Compras que está autorizada para adquirir los materiales a utilizar.

Las organizaciones formales están constituidas por individuos interdependientes, que tienen objetivos comunes y se rigen por una normatividad que comprende misión, visión, políticas, procedimientos y reglamentos, así como planes de mejora continua. Los individuos integrantes de la organización deben estar concientes de estos elementos e interactuar y lograrlos para el beneficio de todos.

Las organizaciones, cuando han implementado sistemas de gestión que perduran por años demuestran su valor sistémico⁹ y procuran una permanencia de las estructuras y los métodos, adquiriendo el grado de instituciones. En ellas la comunicación corresponde a uno de los elementos de mayor relevancia, no sólo para el logro de los objetivos de operación, sino para que éstos se lleven a cabo conforme a la norma instituida, que en el caso de las instituciones educativas incluye los tiempos, formas y calidades del aprendizaje y entre otros, la difusión y ejercicio de la oferta cultural que nos ocupa en esta tesina; dentro del cual debe contenerse la parte cultural, independientemente del enfoque de enseñanza que se persiga.

La institución, concepto que aplica para el caso de la UPIICSA, “es un sistema social que mediante la utilización de recursos académicos y administrativos, actúa coordinadamente sobre la población estudiantil para la consecución de los objetivos educativos para los que fue creada”.¹⁰

En consecuencia, las actividades institucionales no se pueden desarrollar sin la comunicación porque ésta permite que la información fluya y esto hace que todos los

⁹ Valor sistémico o importancia que han adquirido como sistema ya que son capaces de influir en la organización misma y en su entorno.

¹⁰ Ibidem, Pág.17

miembros de la comunidad se pongan en movimiento para el logro de objetivos; especialmente en el ámbito educativo, el cual basa su metodología en la transmisión de ideas, conocimientos, razonamientos, teorías y demás elementos que constituyen las herramientas del aprendizaje.

1.1.3 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Existen diversos grupos inmersos en la sociedad que adquieren la categoría de organizaciones; cada una de ellas creada con un propósito y que realiza funciones determinadas por su objeto social.

Para que todos los integrantes de la organización y de la sociedad estén enterados y compartan información de lo que sucede interna y externamente, se debe utilizar la comunicación organizacional.

“La comunicación organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos”.¹¹

Por otro lado, Goldhaber dice que a la “comunicación organizacional como aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización”.¹²

¹¹ Fernández Collado, Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, Trillas, México, 1999, 5ta edición, Pág.13

¹² Goldhaber, Gerald, Comunicación Organizacional México, 1984, Pág.21

La organización no puede funcionar sin la comunicación. Es decir, es algo inherente a ella porque está formada por individuos que interactúan para el logro de los objetivos y para poner en movimiento a la organización, no importa el tamaño o las funciones.

Sin embargo, si no existe la importancia que se requiere y la información necesaria no es común, es posible que la organización pierdan el rumbo, los objetivos, la misión, la visión, etcétera.

Además, tiene la necesidad de compartir mensajes entre los integrantes de la misma y su entorno, para ello existe la comunicación organizacional, que es la encargada de satisfacer precisamente esas necesidades comunicativas.

Para que la información organizacional fluya de manera ágil, tenemos que tener en cuenta entre otros aspectos cuál es el propósito, el mensaje, el canal, el flujo y el público a quién va a dirigirse. Para ello la información es segmentada y el entorno caracterizado; se realizan estudios de imagen y de comunicación para proponer una estrategia que define los objetivos de comunicación, los emisores, los mensajes, los destinatarios y los medios.

En este proceso de comunicación hay que tener en claro a quién va dirigido el mensaje en la organización, es decir, sí importa si es para la comunidad de la UPIICSA o externa, ya que esto influiría en el tipo de estrategia.

1.1.4 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Para el estudio de la comunicación organizacional deben tomarse en cuenta su tipología; dentro de la cual existe la comunicación organizacional interna y externa.

Cabe señalar que se comenzará con comunicación externa, ya que la comunicación interna será profundizada por ser parte de esta investigación.

El término comunicación externa “es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos; accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etcétera.”¹³

Estas acciones tienen la función de proyectar ante los públicos externos de la institución una imagen favorable, además de fomentar una buena relación entre ambos. Las actividades pueden ser por ejemplo; publicidad, publicaciones, visitas a la organización, exposiciones, etcétera.

Por su parte, la comunicación interna está dirigida a los miembros que forman parte de una institución. En dicha comunicación hay un emisor y el receptor, que son sus integrantes, y es posible el proceso a través del uso de medios o canales adecuados que sigan el flujo comunicativo que se requiera, para lograr así que los integrantes se “mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo y el logro de los objetivos organizacionales.”¹⁴

Es imprescindible que en una organización la comunicación interna fluya con agilidad y eficacia entre cada uno de sus integrantes y que estén informados acerca de la visión de futuro de la institución, la misión para la que fue creada, el objetivo y

¹³ Fernández Collado, Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, Trillas, México, 1999, 5ta edición, Pág.12

¹⁴ Ibidem, Pág.12

valores que fomentan en su personal e incluyan en este aspecto instrucciones de trabajo, desempeño, resultados, eventos de la institución, etcétera.

Para ello es importante conocer y tener claras las funciones de la comunicación dentro de una organización.

1.1.5 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación organizacional interna como un componente de la estrategia de la organización debe cumplir con cuatro funciones esenciales:

1. Propiciar que los integrantes de la organización reciban información completa, confiable y oportuna, sobre la institución y su trabajo.
2. Estimular la identificación de la gente con la organización, y por lo tanto, el orgullo y sentido de pertenencia.
3. Favorecer la integración de la organización con y entre sus colaboradores.
4. Facilitar la creación de una imagen favorable y consistente de la organización entre su público.¹⁵

Teniendo en claro qué es lo que intenta lograr nuestra estrategia comunicativa; qué función o funciones queremos aplicar, se practicará un análisis enfocado a mejorar los aspectos del proceso de comunicación que resulten negativos para los intereses de la institución, en especial los que de alguna manera limiten o no favorezcan el logro de sus objetivos comunicativos.

¹⁵ Ibidem, Pág. 15.

Lo anterior adquiere relevancia para prevenir que los integrantes de las instituciones ignoren cosas tan importantes como los objetivos, estrategias y planes institucionales (por no hablar de la misión, la visión y los valores), los resultados alcanzados, el tamaño y alcance de la operación, las políticas y procedimientos más importantes, los productos, servicios que ofrece y hasta eventos que se realizan dentro de ésta.

El flujo formal del mensaje entre los integrantes de una organización sigue un camino de comunicación que puede existir desde la interacción de tan sólo dos personas o hasta toda una organización.

Parafraseando a Goldhaber, de acuerdo al flujo de información interna, ésta ha sido tradicionalmente dividida en redes de comunicación en la organización y estas son ascendentes, descendentes y horizontales.¹⁶ Dependiendo de quién inicia el mensaje y a quién está destinado.

COMUNICACIÓN ASCENDENTE: del personal hacia los directivos y generalmente, es bajo la forma de quejas, sugerencias, peticiones, respuestas a encuestas.¹⁷

COMUNICACIÓN DESCENDENTE: es la que se desarrolla cuando los mensajes parten de los niveles jerárquicos altos hacia el personal, en forma de avisos, instrucciones, órdenes, políticas, reglas y normas, sugerencias, mensajes motivacionales, etcétera.¹⁸

La comunicación descendente es cuando un directivo o superior quiere conocer el panorama general que sucede en el interior de un departamento o de toda la institución y solicita la información a sus subalternos.

¹⁶ Goldhaber, Gerald, Pág. 28

¹⁷ Homs Quiroga, Ricardo, La Comunicación en la Empresa, México, 1990, Pág. 72

¹⁸ Ibidem, pag. 72

Del mismo modo cuando el personal a su cargo proporciona respuesta a lo solicitado se da la comunicación ascendente y estos caminos que recorre el mensaje dentro de la organización son conocidos como redes.

COMUNICACIÓN HORIZONTAL: se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel.¹⁹

Es la que se despliega entre los trabajadores o miembros de una institución y puede ser formal como una junta de trabajo o informal que son las relaciones interpersonales que surgen entre compañeros por consecuencia del trato diario y la interacción.

La institución tiene que reconocer que en su interior coexiste la comunicación formal e informal en todos los niveles. Por su parte, la comunicación formal son los caminos ya estipulados por donde fluye la información y estos tienen el propósito de hacerla hablar para que todos sus integrantes conozcan los procedimientos de la organización, normas, políticas, eventos, etcétera; y que de manera coordinada se cumpla con el objetivo de la misma.

Por otro lado, es preciso referirse a los llamados obstáculos o barreras en el proceso de comunicación interna que no dejan que la información fluya.

Entre las barreras más comunes en el marco organizacional pueden mencionarse:

- Mensajes mal expresados o sin sentido.
- Interpretaciones erróneas.

¹⁹ Martínez de Velasco, Pág.22

- Miedo a la expresión.
- Desinformación e información insuficiente o excesiva (saturación de datos).

Y esto a su vez puede crear en los integrantes de la organización confusión, pérdida de los objetivos, marginación, aislamiento y apatía, entre otros más.

Para evitar esto, tenemos que poseer una estrategia de comunicación interna que contemple la construcción de canales confiables, sostenidos y flexibles de comunicación entre los miembros, quienes apoyándose en reuniones publicaciones o eventos frecuentes, medios o canales de información que respondan a las necesidades de la organización y que nos ayuden a contrarrestar la problemática.

Por consiguiente, se tiene “que operacionalizar con base al entorno, comunicación y cultura”²⁰ y hacer un análisis del caso en particular.

Primero tenemos que entender dónde se va aplicar la estrategia; qué tipo de institución es, su propósito, sus objetivos, misión, visión, identidad, cultura, etcétera. (Cabe señalar que la cultura en una institución son los valores, tradiciones, costumbres y comportamientos que determinan las acciones de los individuos dentro de la organización²¹).

El siguiente paso es conocer su estructura formal que es lo referente a su distribución y organización; funcionamiento, el cómo trabaja, sus diferentes componentes, manuales de procedimientos, etcétera. En esta investigación se encuentra el análisis del caso en el capítulo dos.

²⁰ Alvarado Escobar, Karen, El Papel de la Comunicación y la Información en las organizaciones públicas, Tesis, México, UNAM-FES Acatlán, 2005, pag 45

²¹ Gannon, M.J., Administración por resultados, Ingramex, México, 1994, pag 640

Entonces se desglosa la comunicación interna: ¿cómo se da?, ¿cuál es su público?, ¿cómo fluye la información?, ¿qué tipo de comunicación interna hay? y ¿qué problemas enfrenta?, esto se desarrolla en la parte del capítulo tres de esta tesina.

Finalmente, habrá que elegir la estrategia adecuada según el caso; para ello es necesario conocer los diferentes medios de comunicación interna que existen en una organización y así seleccionar el que se adapte a las necesidades de la misma.

1.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Los medios de comunicación interna tienen como objetivo mantener abiertas las vías de comunicación que cumplan con funciones específicas. Éstas pueden ser informativas, de integración, de difusión, persuasivas, etcétera, las cuales garantizan la posibilidad de que cuando se requiere comunicar algo, existe el medio adecuado para canalizarlo.

Los medios de difusión interna se dirigen a miembros de las organizaciones. El método de difusión implica que los mensajes sean extendidos en el interior de la misma.

Para Goldhaber, entre los medios internos tenemos; memorandos, boletines, reuniones.²²

En una organización los medios comunicativos, según Flores de Gortari, que él llama flujos, se dividen en orales y escritos²³; los segundos son el canal que aplica

²² Goldhaber, Pág. 23

²³ Flores de Gortari, Sergio, Pág.69

en el caso práctico de esta tesina; para lo cual primero se puntualizará sobre los medios orales de comunicación interna.

La comunicación oral más común en las instituciones son las juntas de trabajo y las entrevistas.

Entrevista: Es un requisito necesario para la selección del personal; en otros casos la entrevista es empleada como una herramienta para estructurar la comunicación interna; por medio de una conversación sobre determinado elemento que aqueje a la organización.

Junta de trabajo: Son reuniones dirigidas a tratar un tema en específico y con personal que esté inmiscuido en ello; donde se retroalimentan, se transfiere información de interés general y lo más importante se toman decisiones para llegar a un acuerdo en beneficio de la organización.

La comunicación escrita puede darse a través de:

- **Oficio:** Es el documento que se emplea para tratar asuntos dentro de las dependencias gubernamentales.
- **Memorando:** Tiene como objetivo recordar mensajes o información con referencia a instrucciones internas que los empleados deben realizar dentro de la organización.
- **Publicaciones:**

Manual de Bienvenida: Es el primer encuentro ya formal del miembro de la organización con su institución, en él se plasma la bienvenida y hay una orientación hacia los objetivos, misión, visión, normativa y logros.

Revista: Es una publicación más especializada y no va dirigida a todos los públicos.

Cartelera o pizarra: “Son calificadas como un factor clave en la organización, allí se suele manejar información a través de otros medios sobre actividades de motivación o mensajes de interés general”.²⁴

En las instituciones educativas las carteleras están dedicadas para los alumnos, docente, empleados y directivos, algo muy importante para que éstas funcionen se debe tener en cuenta su ubicación, es decir, la institución establece sitios estratégicos por dónde hay mayor flujo de personal .Se ahondará en la cartelera por ser el tema de este trabajo.

1.3 CARTELERERA

Una Cartelera es un medio ideal para dar a conocer campañas de la entidad (comerciales, administrativas, financieras, sociales, culturales, etcétera) y para estimular actitudes en los equipos de trabajo hacia metas generales de la organización.²⁵

Cartelera es un medio de difusión corto, con gran poder de convocatoria y gran cobertura dentro de una organización, ya que es de fácil comprensión.

El contenido de la cartelera es expuesto para una lectura colectiva o personal, cuidando igualmente la coherencia temática y la igualdad informativa que pretende la organización en materia de identificación y orientación institucional.²⁶

²⁴ http://www.elprisma.com/apuntes/comunicación_y_periodismo/comunicación_organizacional/default2.asp

²⁵ <http://www.monografías.com/trabajos11/carteler/carteler.shtml>

²⁶ Ibidem

Según la bibliografía consultada, existen dos tipos de cartelera: la pizarra que está fija en algún sitio especial de la institución para que en ella se fijen carteles y carteleras de gran tamaño para su uso colectivo y la cartelera que es impresa en formato de uso individual y distribuida entre los miembros de la organización.

El contenido de la información dependerá de las necesidades institucionales; debiendo contar con las siguientes características:

- Mostrar poco contenido textual; con la finalidad de brindar facilidad y rapidez de lectura.
- Las imágenes deben ser claras, sugestivas y bien definidas; consistentes con el motivo del texto.
- Buena combinación de colores y espacios.
- Tamaño adecuado a la modalidad colectiva o personal.
- Ubicación o forma de entrega adecuados.
- Facilidad para la actualización y el cambio de contenidos.²⁷

La información que incluye la cartelera se genera mediante una búsqueda organizada y sistematizada de temas y elementos de interés que puedan ser publicados para su difusión, incluyendo la información requerida por la institución y tomando en cuenta que el carácter de la cartelera es informativo.

²⁷ Ibidem

Por lo tanto contendrá solamente la información básica acerca de los eventos deportivos, culturales, sociales, políticos, entre otros más, programados por la institución.

En todos los casos, la institución requiere dar a conocer para cada evento en forma clara y precisa, el nombre del evento y tema del mismo, quién lo realiza, día, hora, lugar de la realización y costo, en su caso.

Para distribuir la cartelera existen múltiples opciones de entre ellas pueden señalarse las siguientes:

- Fijarla en una pizarra en sitios de alta circulación de personal.
- Enviar por correo a domicilio.
- Entregarlo en mano y depositarlo en sitios estratégicos para su toma libre por las personas.
- Publicarlo en medios electrónicos como Página Web y Correo Electrónico.

Es conveniente tener en claro los objetivos que persigue la cartelera, sus contenidos y secciones, el público al que se dirige, la periodicidad en la que se va a publicar, el formato, particularidades entre los contenidos, nombre y puesto de las personas encargadas de su publicación y de atención al público, tiraje, número de páginas, además de características fijas más relevantes; todo lo cual dependerá de las necesidades particulares e incluso circunstanciales del tipo de difusión que se requiera.

Una vez ya definida la cartelera como medio de comunicación interna y conociendo sus características pasemos al caso práctico en UPIICSA.

Capitulo 2

2. UPIICSA

El capítulo tiene como propósito describir el entorno donde se aplicó la estrategia comunicativa para así comprender qué es la UPIICSA y en específico qué función tiene Difusión y Relaciones Públicas en esta Institución, así como la problemática, las necesidades de información que presenta y áreas de oportunidad.

2.1 INTEGRANTES DE LA INSTITUCIÓN

La Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA), dependiente del Instituto Politécnico Nacional, es una institución de educación superior cuyo objetivo es formar profesionistas en los niveles superior y de posgrado, para ello es necesaria la acción coordinada de profesores y maestros enfocada a producir generaciones de egresados que cumplan con las exigencias que pide la sociedad, quienes al término de sus estudios, contribuyen a través de sus conocimientos al desarrollo económico del país. Además, esta institución está conciente que el logro de sus objetivos no se podrán dar sin la cooperación de cada una de sus partes.

Actualmente la UPIICSA cuenta con una población estudiantil promedio de 10 mil alumnos en las cinco licenciaturas, atendidos por el siguiente personal: 724 docentes, 26 técnicos, 320 empleados de apoyo a la docencia y 137 de servicios. A

nivel de posgrado, se atienden en promedio a 259 alumnos distribuidos en tres maestrías.²⁸

2.2 ACTIVIDADES

La UPIICSA, como plantel educativo en los niveles superior y posgrado, se ha preocupado desde su inicio en tener una organización congruente con la filosofía, objetivo y principios de la educación y el desarrollo de nuestro país, manteniendo una estructura departamental por área del conocimiento.

Asimismo, fomenta en sus egresados la interdisciplina, la investigación y la vinculación con empresas, dándoles así mayores armas para enfrentarse al mercado laboral cambiante.

2.2.1 ORÍGENES

La UPIICSA fue creada con el propósito de formar recursos humanos responsables y capaces de desempeñar actividades profesionales específicas, requeridas por una sociedad que crece y que demanda profesionistas con un elevado nivel de conocimientos y habilidades en los campos tecnológico, social y administrativo.

La UPIICSA surgió como proyecto por Decreto Presidencial el 31 de Agosto de 1971, respondiendo al planteamiento de las necesidades profesionales derivadas del

²⁸ www.upiicsa.ipn.mx

proceso de desarrollo de nuestro país, con fundamento en la experiencia obtenida por el Instituto Politécnico Nacional en materia de tecnología educativa. El 6 de noviembre de 1972 se iniciaron las actividades docentes en las carreras de Administración Industrial e Ingeniería Industrial a nivel licenciatura.²⁹

Por otro lado, en cuanto a sus instalaciones, la Unidad contó desde 1972 con los edificios de Gobierno, Cultural, Ciencias Básicas, Laboratorios Ligeros y Ciencias Sociales y Administrativas; en 1973 se incorporó el edificio de Laboratorios de Ciencias Aplicadas; y por último, en 1976, con la construcción del edificio de la Sección de Graduados, así quedó integrado el conjunto arquitectónico actual, cuya funcionalidad ha facilitado el desempeño de las actividades y el logro de sus fines institucionales.³⁰

Como se describe, la Unidad está compuesta por ocho edificios de los cuales, seis de ellos son recorridos por los alumnos diariamente para tomar clases, el séptimo corresponde al edificio de gobierno, que es el aparato rector de la escuela, y finalmente, el edificio cultural, el cual es sede de los auditorios donde se realizan los diversos eventos académicos y culturales. El acceso a la Institución se realiza por tres puertas las cuales están estratégicamente ligadas por un pasillo que recorre toda la UPIICSA. (Ver Anexo 1 del mapa de localización y distribución de la escuela).

²⁹ Memoria Histórica de la UPIICSA 1972-2002, México, Pág.19

³⁰ Ibidem, Pág.19

2.2.2 FILOSOFÍA DE LA UPIICSA

La UPIICSA, como institución educativa, cuenta con un propósito (misión), un hacia dónde va (visión), una tendencia académica (filosofía), objetivos y un emblema (escudo) que la identifica del resto de las escuelas.

La UPIICSA está dedicada a formar profesionales de excelencia en los niveles superior y de posgrado, en las áreas de Ingeniería, Administración e Informática, que contribuyan al desarrollo económico del país, empleando recursos fiscales y autogenerados para el logro de sus objetivos.³¹

El propósito de esta institución de educación superior es integrar profesionales a la sociedad capaces de resolver problemas en zonas específicas del desarrollo, la tecnología, la investigación y la educación, para que con sus conocimientos contribuyan al desarrollo económico del país.

Además, se plantea ser una unidad responsable del Instituto Politécnico Nacional que entienda las necesidades sociales presentes y futuras, determinadas por la visión del Instituto, en su marco general, pero que permita integrar un modelo educativo innovador que constituya un paradigma de lo que será la educación superior politécnica.³²

³¹ Manual de Organización de la UPIICSA, Pág.35

³² Ibidem, Pág.36

Igualmente contribuye a la formación de una sociedad capacitada en la producción, acumulación y difusión del conocimiento científico y tecnológico. Para lo cual propone un modelo educativo interdisciplinario, donde hay una fusión de diferentes disciplinas y una actualización constante.

La educación en la UPIICSA está orientada por el Artículo Tercero Constitucional y se fundamenta en un proceso permanente de renovación acorde con el avance de la Ciencia y la Tecnología y con los problemas socioeconómicos y culturales del país. La UPIICSA establece y mantiene en constante desarrollo los sistemas y los procedimientos necesarios para la optimización continua de los planes y programas de estudio, en cuanto a objetivos, contenido, métodos y medios.³³

Los planes y programas de estudio, tendencia académica, se apoyan en una base de cultura científica y humanística, complementándose con la enseñanza tecnológica, en tal forma que se prepara el futuro egresado para la educación permanente, el trabajo productivo y la participación social.

Sin descuidar lo individual, la educación en la UPIICSA propicia la capacidad colectiva para el trabajo científico y tecnológico y para el servicio social. La educación es activa, busca el conocimiento, el dominio del método, el desarrollo de la creatividad, de la capacidad de autoeducarse y de aprender a cambiar.

³³ Ibidem, Pág. 40

Todo esto está enmarcado con un escudo que es el emblema de identificación de la escuela; formando un círculo seccionado en forma de engrane (representación politécnica de la técnica y la ciencia) representando al Dios Quetzalcóatl arqueado. Relacionando así el conocimiento adquirido en la escuela con la cultura ancestral.

Este es el símbolo institucional con el que todos los documentos oficiales se membretan. En él se representan, las cinco licenciaturas, los estudios de posgrado y la gran diversidad de actividades interdisciplinarias que en sus instalaciones se desarrollan.

La UPIICSA tiene como objetivos:

1. Preparar profesionales con formación interdisciplinaria a nivel licenciatura y posgrado, en profesiones de interfase que estén contenidas en las áreas de Ingeniería, Ciencias Sociales y Administrativas e Informática.
2. Promover la investigación, el desarrollo científico y tecnológico y la difusión en las áreas mencionadas.
3. Impartir cursos y proporcionar asesoría a empresas en las áreas de Ingeniería Industrial, Administración, Informática y Transporte.

4. Promover una relación permanente escuela-industria, para realimentar los planes y programas de estudio y lograr el desarrollo de prácticas, servicio social y empleo de los alumnos y egresados en el sector productivo.³⁴

Los objetivos como institución educativa a nivel superior se centran básicamente en la formación de individuos capaces de enfrentar las exigencias del cambiante mercado laboral. Para ello es necesario implementar herramientas en el alumnado tales como la actualización, la investigación y la vinculación con la industria, las cuales se difunden y estimulan en el interior de la UPIICSA por medio de diversos eventos.

2.3 FUNCIONES Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Desde su creación, la UPIICSA adoptó una estructura acorde a las disposiciones del Reglamento Interno del IPN y su enfoque interdisciplinario. Es por ello que el fundamento de la organización son los departamentos (anteriormente Divisiones), en los que se agrupan áreas de conocimiento afines y que fomentan el enfoque interdisciplinario.³⁵

La Dirección del plantel tiene a su cargo planear y dirigir las funciones del plantel en forma ordenada y eficiente, coordina las actividades de las Subdirecciones

³⁴Ibidem, Pág.50

³⁵ Ibidem, Pág. 50

Administrativa, Académica, de Extensión y Apoyo Académico y la Sección de Estudios de Graduados e Investigación Científica y Tecnológica.

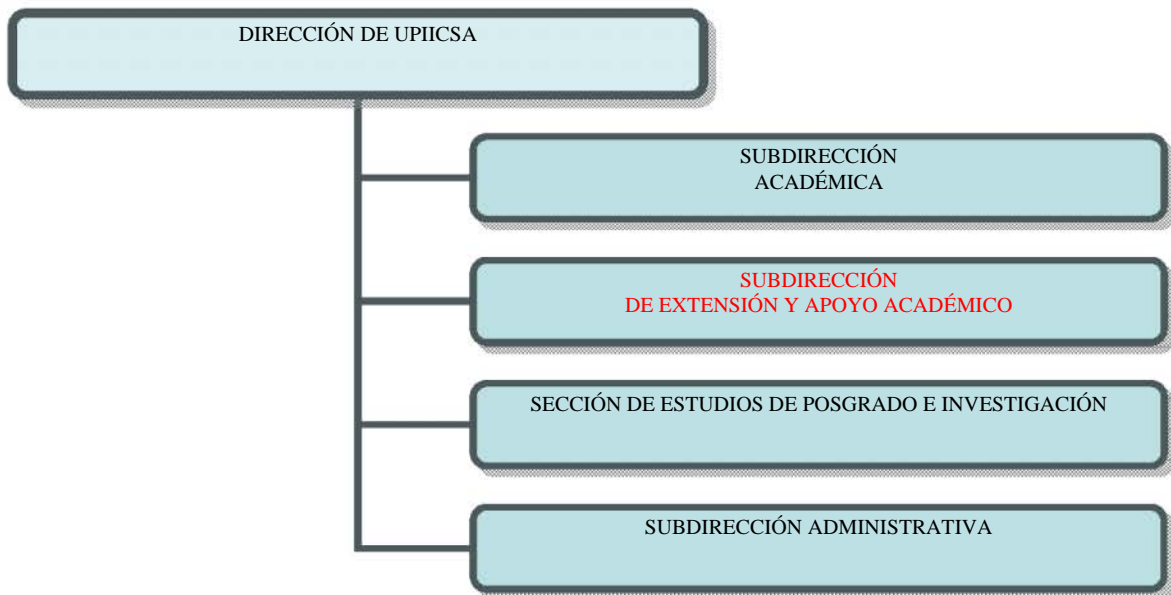
De igual manera, tiene como funciones el cumplir y hacer cumplir las leyes y reglamentos vigentes, los planes y programas de estudio, y en general, las disposiciones y acuerdos tomados por las autoridades competentes.

A la Subdirección Administrativa le corresponde elaborar los proyectos de presupuesto, al igual que realizar los trámites administrativos y laborales referentes al personal docente, técnico, administrativo y de servicios generales.

La Subdirección Académica diseña y actualiza los planes y programas de estudio vigilando su cumplimiento, coordina las actividades académicas y elabora los calendarios las secuencias de horarios de clases y las actividades académicas del plantel. Esta Subdirección tiene a su cargo las Jefaturas Departamentales de Carreras y el Laboratorio de Ciencias Aplicadas en donde se imparten los cursos a nivel licenciatura. La oferta educativa de esta institución cubre las carreras de Ingeniería Industrial, Administración Industrial, Ingeniería en Transporte, Ciencias de la Informática e Ingeniería en Informática.

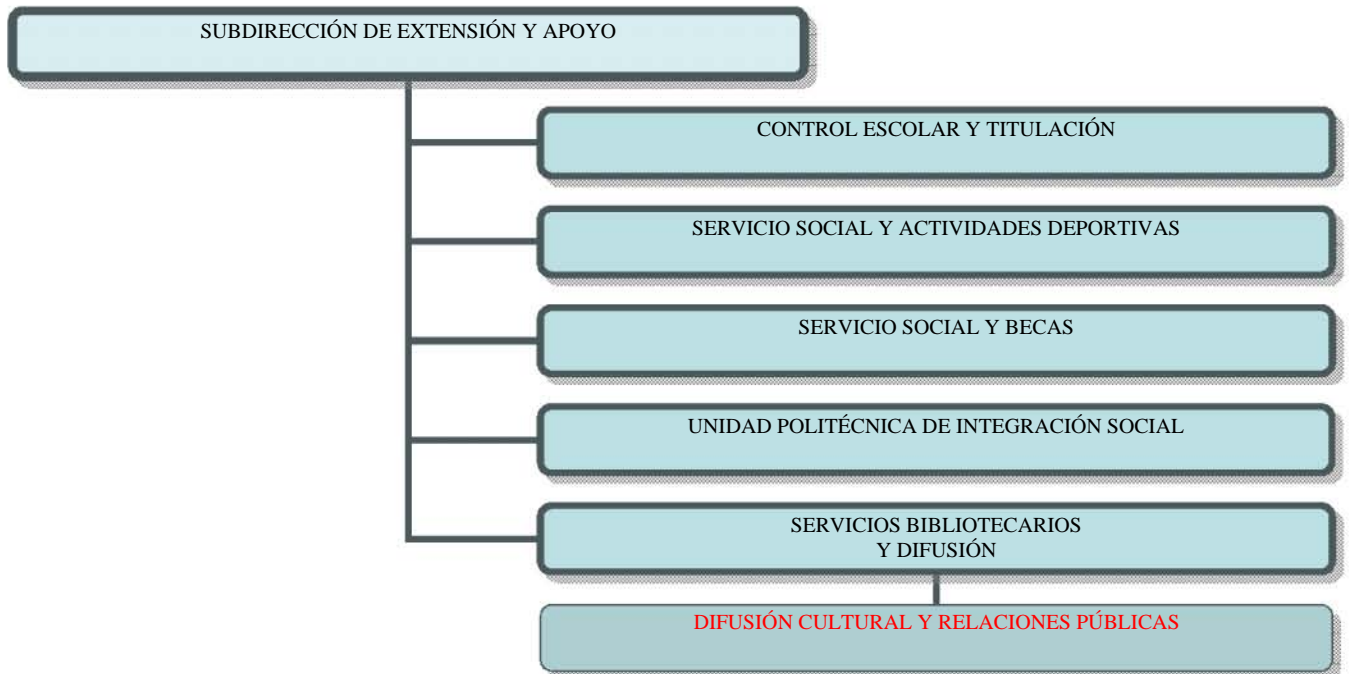
Del mismo modo en la Sección de Graduados (SEGICyT) se diseñan e imparten cursos de maestrías y especialización. La SEGICyT y además su función es promover, coordinar y controlar los proyectos de investigación que se realizan en la Unidad. Del mismo modo cuenta con una Jefatura de Promoción que promueve la

vinculación de la SEGICyt con el exterior y Control Escolar que realiza los trámites administrativos.



2.3.1 SUBDIRECCIÓN DE EXTENSIÓN Y APOYO ACADÉMICO

Esta subdirección está constituida por la siguientes áreas departamentales: Departamento de Control Escolar, de Titulación, Departamento de Actividades Deportivas y Servicios Médicos, Departamento de Servicio Social y Prestaciones, Departamento de Servicio Bibliotecarios, la Unidad Politécnica de Integración Social (UPIS) y Difusión Cultural y Relaciones Públicas.



En atención a que el área de Difusión Cultural y Relaciones Públicas es la responsable de dar a conocer a la comunidad de la UPIICSA la oferta cultural y de aplicar los medios de difusión, estudio de esta tesina, se describe a continuación.

2.4 DIFUSIÓN CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICAS

La cultura y su difusión son parte fundamental del desarrollo de los alumnos, por lo cual, dentro de la UPIICSA se imparten talleres y se fomentan eventos que permiten complementar la formación profesional e individual de los alumnos. El objetivo de la cultura en UPIICSA es proporcionar a los alumnos, medios para enriquecer su saber, seguridad, creatividad, e iniciativa, para el desarrollo integral de su educación.³⁶ⁱ

³⁶ www.upiicsa.com.mx

El Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas es el área responsable de programar, organizar y dar a conocer los eventos técnicos, científicos y culturales que se desarrollan en la UPIICSA.

Conforme al Manual de Procedimientos de la UPIICSA, su objetivo consiste en difundir a través de los medios masivos de comunicación, la imagen Institucional, promover, organizar eventos culturales y científicos.³⁷

En este orden de ideas, se toma la porción correspondiente a la promoción y organización de los eventos culturales objeto específico de esta tesina, campo en el cual este departamento tiene como finalidad que los alumnos y el personal académico y administrativo reciban información oportuna y adecuada relacionada con la oferta cultural, y que alcance su fin principal, así como una motivación a participar en los diversos eventos que se ofrecen, con la finalidad de actualizar y enriquecer sus conocimientos.

2.4.1 ACTIVIDADES QUE SE LLEVAN A CABO EN LA OFICINA DE DIFUSION CULTURAL Y RELACIONES PÚBLICAS

Para el diseño, promoción y organización de los eventos de naturaleza cultural y académica, este departamento realiza las siguientes actividades:

³⁷ Ibidem, Pág. 50

- Solicita los recursos necesarios conforme a los programas aprobados. Se organizan los eventos culturales en preparar lo necesario para atender las necesidades de los actos académicos, tecnológicos y científicos en los tres auditorios y el lobby; contactando y agendando el evento. Cuando el evento es externo se pide autorización a la Unidad Central del IPN en Zacatenco.

- Prepara los espacios donde se llevarán a cabo los eventos culturales: auditorios, explanada o lobby, incluyendo la instalación del presidium, pantallas de proyección, logos, leyendas y otras facilidades para la ubicación de expositores, presentadores, grupos, entre otros, y para situar a la audiencia.

- Elabora las cotizaciones del material y servicios de apoyo externo que se requiere dependiendo del evento.

- Contrata los materiales y servicios aprobados para cada evento y se da seguimiento para su entrega oportuna y completa.

- Desarrolla la difusión de los eventos y se procede a su distribución mediante volantes; que se imprimen en la editorial de la UPIICSA y cartulinas; los primeros se reparten en toda la Unidad y las cartulinas se instalan en las pizarras de los lugares establecidos en los ocho edificios, para que los alumnos, el personal administrativo y docente de la comunidad educativa puedan enterarse con oportunidad.

- Supervisa la instalación y operación adecuada de luces, sonido, presidium, pantallas y equipo de proyección, sillería, gafetes, carpas, arreglos florales, placas conmemorativas, software y presentaciones, etcétera. Así como el apoyo de personal de intendencia y especialista en audio y luces, transportes, vigilancia y seguridad, entre otros.

- Monta exposiciones y presentaciones de los diferentes talleres, además de otras actividades culturales propias o externas, incluso proporcionadas por las oficinas centrales del IPN.

- Asegura la realización correcta de los eventos y se toman acciones circunstanciales o emergentes para solucionar la problemática que pudiera presentarse. Las actividades administrativas de este Departamento incluyen la elaboración de requisiciones para la realización de los eventos, mediante oficios dirigidos a las áreas internas como: intendencia, Teleducativo, compras y vigilancia, en lo referente a las externas están: Comunicación Social del Politécnico, la Gaceta del IPN, la Secretaría Técnica del Politécnico, en caso se requerir autorización. Además, formular invitaciones al personal de la Unidad para que asistan a los diferentes eventos y realizar un informe mensual de las actividades y uno trimestral que se entrega a la Unidad de Asistencia Técnica.

- La programación de los eventos culturales ocurre semestralmente. Al inicio de éste UPIICSA realiza una semana cultural para presentar los talleres con

diferentes temáticas, de entre las cuales pueden destacarse algunas como son: el eterno femenino, para conmemorar el día de la mujer; la semana de la danza, la correspondiente al Día de los Muertos, la Feria del Libro; evento en el que Difusión Cultural convoca a participar a editoriales. a las que se les asigna lugar en los espacios seleccionados, proporcionando mobiliario y materiales para el montaje de stands. Así mismo las editoriales apoyan el acto mediante donaciones de libros para la biblioteca.

- Del mismo modo se realiza la semana del rock, en la cual los alumnos participan con sus bandas y Difusión Cultural colabora con ellos en la preparación y distribución de la promoción.

En atención a que el departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas tiene la responsabilidad de divulgar y atender los eventos de naturaleza cultural que genere la UPIICSA, es importante identificar y mejorar las estrategias con la finalidad de lograr que la información acerca de los eventos fluya eficientemente y así alcanzar los objetivos del área orientados a multiplicar el aprovechamiento de la oferta cultural que se proporciona a la comunidad de la UPIICSA, proponiendo nuevas y mejores opciones que estimulen la asistencia y participación de alumnos, docentes y administrativos.

Para ello cuenta con una persona supervisa los eventos académicos, otra persona que esta encargada de los eventos culturales, una secretaria, una diseñadora y apoyo de alumnos que realizan servicio social

Con este enfoque, dentro de las acciones para la optimización de los emisores, canales y medios de difusión, es necesario diseñar una estrategia que reseñe los eventos de naturaleza académica y cultural que se programan; teniendo como metas expectativas que dicha comunidad reciba esta información en forma completa, confiable y oportuna, además de que aproveche cabalmente la propuesta cultural que dispone la UPIICSA para beneficio de su comunidad.

CAPITULO 3

3. DISEÑO DE CARTELERA DE EVENTOS ACADÉMICOS Y CULTURALES

El presente capítulo describe qué tipo de comunicación existe en la UPIICSA, asimismo se realiza un diagnóstico del público de Difusión Cultural y de la información que esta quiere promover. Para así dar paso a la sistematización de la información por medio de un FODA. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y finalmente se selecciona y diseña la cartelera de eventos académicos y culturales.

3.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Análisis del intercambio de información.

Con la finalidad de diseñar una estrategia comunicativa se procedió a evaluar el ambiente interno y externo del Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas como área de estudio en el objetivo de esta tesina.

Con este propósito se analizaron las diferentes formas mediante las cuales fluye la información en la UPIICSA, mismas que se describen a continuación:

3.1.1 COMUNICACIÓN EN LA UPIICSA

La comunicación organizacional que prevalece en esta institución es de tipo descendente, e incluye, entre otros elementos, manuales de procedimientos, reglamentos, instrucciones y medios de difusión de información desde discursos, reuniones; oficios, circulares y folletos.

En este contexto se encontró que en la institución la información fluye con ciertas discontinuidades e inclusive presenta esperas en algunos sitios con retrasos ocasionalmente significativos, aspectos que reducen por un lado la difusión extensiva y por otro los tiempos necesarios para que la comunidad se informe correcta y oportunamente de la oferta de eventos culturales.

Ante esta situación, las áreas que prestan servicios diseñan sus propios folletos informativos y los entregan en la mayor parte de las veces sólo a las personas interesadas que acuden directamente a solicitarlos. La otra opción está constituida por medios realizados por cartulinas que se colocan en diferentes puntos de publicación dispuestos para el efecto en la escuela.

Bajo estas circunstancias, se genera una competencia por los espacios que termina produciendo saturación en los medios de información. Lo anterior permite concluir que en la UPIICSA se aprovechan en forma empírica los recursos y técnicas de comunicación sin lograr positivamente sus objetivos, pues no llegan al público adecuado, no tienen el volumen esperado y no llegan con la oportunidad deseada.

De acuerdo con lo anterior, resulta conveniente revisar también las publicaciones de la institución como otros medios de información existentes.

3.1.2 PUBLICACIONES INTERNAS EN LA UPIICSA

La Sección de Estudios de Posgrado publica cuatrimestralmente la revista “UPIICSA”, como respuesta a la inquietud de esa área de dar a conocer los estudios y trabajos de investigación realizados en la escuela, cuyo comité editorial está integrado por académicos y docentes que pertenecen o han estado en el Sistema Nacional de Investigadores (SIN).

Ha sido esta revista la gran sobreviviente de las publicaciones, pues hasta la fecha se han editado 34 números. Los contenidos de esta publicación abordan temas de tecnología, ciencia y cultura en general. Cuenta esta publicación con una sección editorial y un conjunto de artículos que requieren mejoras en su clasificación y estructura de contenidos, con la finalidad de maximizar su importante labor; especialmente cuando el público al que va dirigida es para la comunidad académica y de investigadores del país, así como en el extranjero.

Otros ejemplos de publicación interna son el *Catálogo de Servicio Externo* que se edita previo convenio con alguna empresa o cuando existe una solicitud especial expresa.

Los trípticos corresponden a otra opción informativa, entre ellos se pueden citar los de servicio social, titulación, talleres culturales, servicio médico, maestrías, diplomados y los relacionados con la oferta educativa de las cinco licenciaturas que se imparten en la institución.

Por otro lado, existen y existieron otras publicaciones periódicas (Revista Cultura y Deporte y Notiupiicsa) cuya permanencia es y ha sido inestable, debido entre otros factores a que no se cuenta con un área específicamente responsable que se haga cargo de las mismas. En ocasiones aparecen estas publicaciones como iniciativas personales o de una administración en turno, que puede interesarse en forma temporal, pero lamentablemente la falta de continuidad en estos esfuerzos y que la editorial de la UPIICSA carece de infraestructura suficiente lo que impiden la sobrevivencia.

En cuanto a los canales de contacto con la comunidad utilizados regularmente por el Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas prevalecen las cartulinas y volantes para los efectos de difusión de la oferta cultural, lo cual es insuficiente, pues de igual manera, el público interno de la institución no dispone de información completa y con la oportunidad deseable acerca de los eventos que se realizan.

Al realizar un análisis preliminar con un cuestionario en la UPIICSA y en particular en el departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas, se percibe la necesidad de que este precise idear un medio adecuado para propiciar que los integrantes de la comunidad reciban información suficiente, confiable y oportuna, sobre los eventos académicos y culturales que se realizan en su interior; para lo cual se estimó necesario practicar un diagnóstico que identificará las causas de la ineficacia de los medios hasta hoy utilizados en esta área y permita en consecuencia, diseñar acciones de mejora para su corrección.

3.2 DIAGNÓSTICO

Para conocer la opinión de los públicos internos de la organización en cuanto a la efectividad de los medios de difusión de la oferta cultural se diseñó un instrumento de diagnóstico que se apoya en sondeos.

A los resultados de este estudio se les aplicará el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) conforme al procedimiento que se detalla a continuación, pero primero se tiene que conocer e identificar los diversos públicos que hay en esta Institución.

3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PÚBLICO EN LA UPIICSA

En la UPIICSA, la comunidad está integrada como sigue:

ALUMNOS

Una población de alrededor de 10 mil alumnos correspondientes a un nivel socioeconómico D +, 52% hombres y 48% mujeres; cuyas edades oscilan entre 18 y 25 años; 40% del alumnado trabaja y estudia y el 60% restante está dedicado solamente a los estudios. Las publicaciones que con mayor frecuencia leen comprenden las siguientes: *Automovilísticas, Quo, Men's Health, Mundo Ejecutivo, Muy Interesante, Comics diversos, Día Siete, La Mosca y Reader's Digest, Gorilla, Metalmanía y Dibujarte, Pc Magazine, Conozca Más, Swatch, Switch y otras especializadas en video juegos.*

PROFESORES

Una población de 700 personas como planta docente perteneciente a un nivel socioeconómico C . 60% corresponden al género masculino y 40% al femenino. Las edades oscilan entre 40 y 60 años. Las publicaciones que mayormente consultan son: la *Gaceta Politécnica*, la *Revista de Ciencia y Tecnología* y la revista *UPIICSA*.

ADMINISTRATIVOS

Está compuesta por una población de 470 empleados como personal de apoyo a la educación 60% son mujeres y 40% hombres de nivel económico D.

Al referirse a nivel se clasificó de acuerdo a el ingreso y tomando como referencia que; el ingreso familiar por nivel socioeconómico en el país se estima de \$0.00 a \$2,699 para nivel E; de \$2,700 a \$6,790 para nivel D; de \$ 6,800 a \$11,599 para nivel D+; de \$11,600 a 34,999 para nivel C, de \$35,000 a \$84,999 para nivel C+ y de \$85,000 o más para nivel A/B. ³⁸

Una vez ya identificados los públicos se aplica el cuestionario.

3.2.2 CUESTIONARIO

El cuestionario que se muestra en el Anexo 2 fue diseñado para diagnosticar la eficacia de los medios de difusión actuales y la conveniencia de apoyarlos mediante

³⁸ www.consulta.com.mx

un instrumento que potenciara sus objetivos. Se aplicó a 400 alumnos, 50 maestros y 50 administrativos.

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada permiten disponer de una muestra suficiente para establecer conclusiones válidas para los efectos de determinar si los medios actuales de difusión de la oferta cultural de la UPIICSA cumplen con su finalidad y en qué grado es necesario implementar una nueva estrategia como un elemento complementario de ese objetivo.

Del análisis de la encuesta se desprende:

- La comunidad asiste pocas veces a los eventos culturales debido a que no se informan oportunamente de los mismos.
- La comunidad asiste pocas veces a los eventos culturales por falta de tiempo.
- La forma más común en la que se han enterado sobre los eventos culturales es por volantes y con los carteles que son colocados dentro de las instalaciones.
- La segunda forma de enterarse de la oferta cultural es mediante la comunicación informal que se genera entre los miembros de la comunidad.
- A pesar de que se intenta informar eficazmente por medio de los carteles que dan a conocer los eventos culturales, la comunidad opina que la difusión actual es insuficiente.
- La comunidad considera que hace falta otra forma de dar a conocer la oferta cultural a través de un canal más efectivo, el cual puede ser además publicado

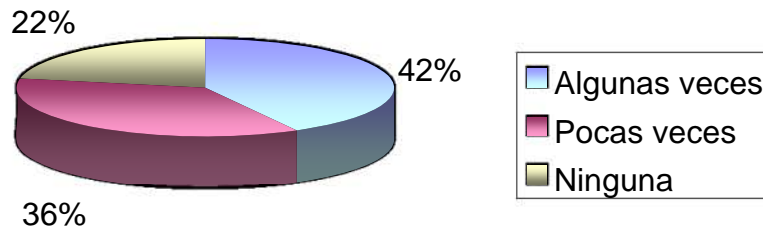
en la Página Web de la institución <http://www.upiicsa.ipn.mx>; reforzando su penetración con mensajes específicos de correo electrónico.

- La difusión actual es considerada como inadecuada por la comunidad; estudiantes, maestros y administrativos, lo cual refleja la gran necesidad de mejorar o aumentar los medios en los que se difunden las actividades culturales realizadas.
- La comunidad opina y considera que es importante contar con un instrumento de difusión de mayor impacto, el cual se publique de acuerdo con la frecuencia que la difusión de los eventos lo requiera.
- Los eventos de naturaleza cultural más gustados y solicitados entre la comunidad son los musicales, después se encuentran los de danza, teatro y cine.
- Todos los eventos son considerados parte de la formación académica por lo cual, se deben fomentar a través de crear una conciencia de la importancia de estos. Además de la académica, también está la personal y profesional.

3.2.3 GRÁFICAS

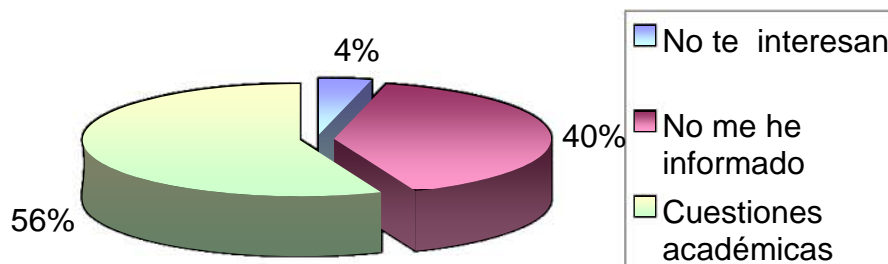
Con la finalidad de apreciar los resultados numéricos recogidos por medio de la encuesta, a continuación se muestra una colección de gráficas que detallan por tema, para los aspectos más sobresalientes, el comportamiento de las respuestas proporcionadas por alumnos, docentes y administrativos.

1. ¿Has asistido a un evento cultural dentro de la escuela?



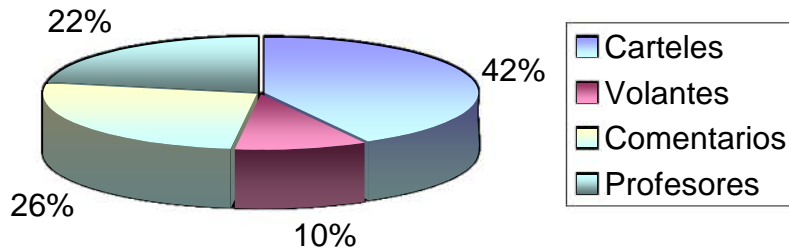
En la gráfica se muestra que gran parte de la comunidad ha asistido a los eventos culturales que se organizan, contra una pequeña parte que no ha asistido a ninguno de estos eventos.

2. ¿Por qué no has asistido a esta clase de eventos?



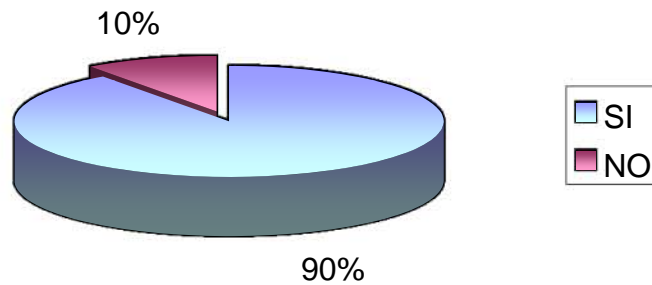
Se muestra que la falta de asistencia a los eventos realizados es en primer lugar por cuestiones académicas, que no les dejan tiempo, en segundo lugar está el que la comunidad no está informado y a un pequeño porcentaje no le interesa.

3. ¿De qué forma te has enterado de los eventos?



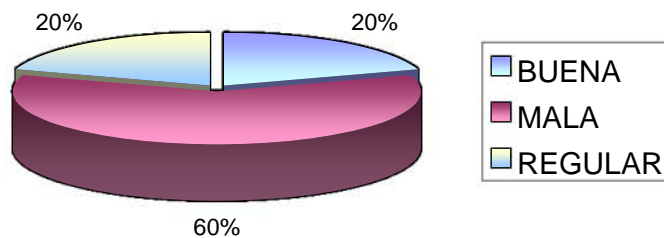
Los carteles son la principal fuente de información, posteriormente se encuentran la comunicación informal entre la comunidad.

4. ¿Consideras que hace falta más difusión sobre los eventos?

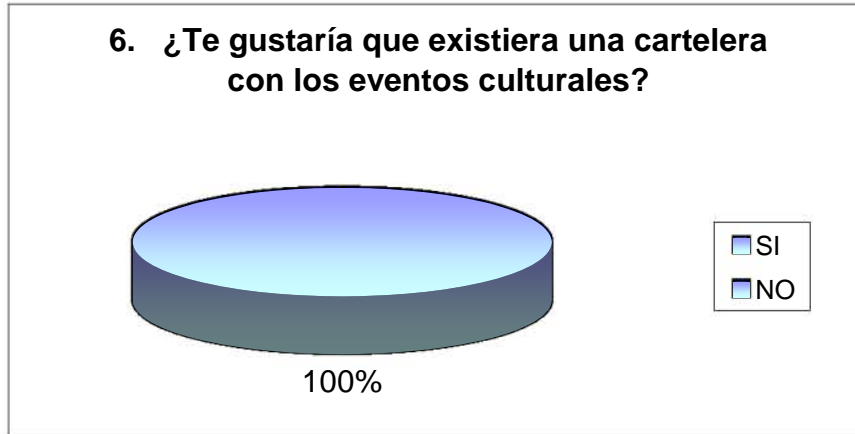


La figura muestra la necesidad de aumentar la difusión de los eventos culturales, ya que la actual es insuficiente.

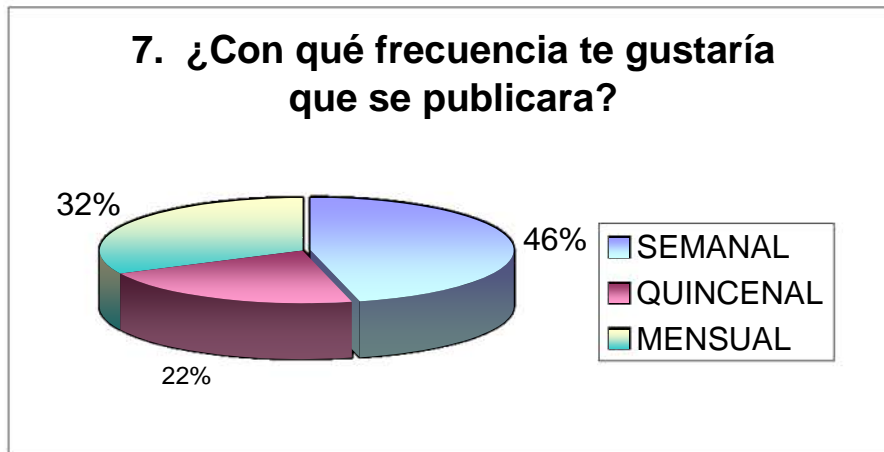
5. ¿Consideras que la difusión de los eventos es?



Se observa que la difusión actual es considerada por gran parte de la comunidad como insuficiente, lo cual refleja la necesidad de mejorar o complementar los medios en los que se difunden.

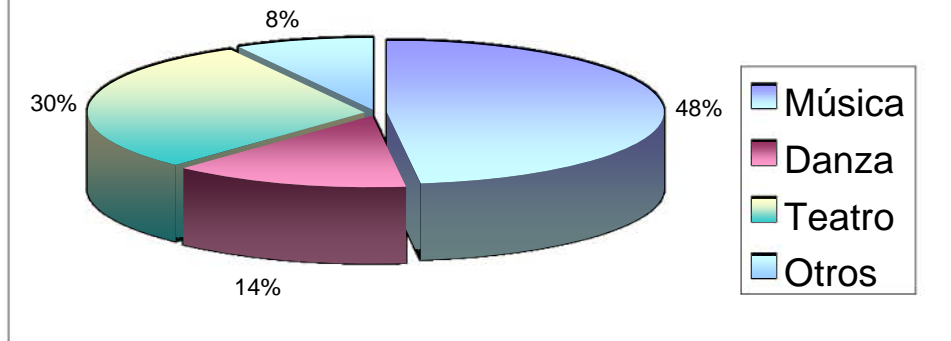


Los resultados arrojados por el cuestionario nos demuestran que la comunidad escolar considera que es necesaria la implementación de una nueva estrategia.



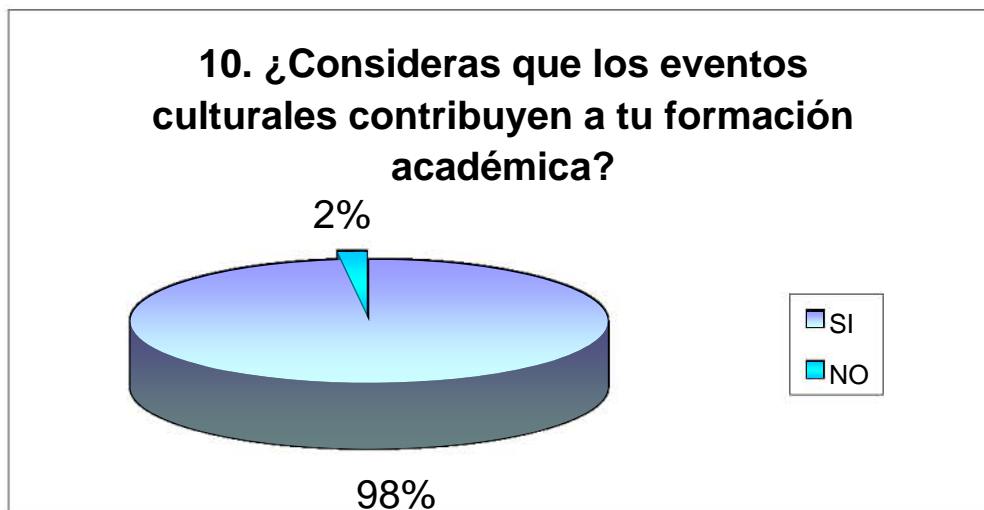
Se observa que la comunidad prefiere una publicación semanal.

8. ¿A qué tipo de eventos culturales te gustaría asistir?



El evento cultural que tiene más demanda es el musical y el segundo es la danza.

10. ¿Consideras que los eventos culturales contribuyen a tu formación académica?



Se muestra que los eventos son considerados parte de la formación académica por la mayor parte de la comunidad encuestada.

Los resultados arrojados por el cuestionario realizado a la comunidad de la UPIICSA fueron sometidos al modelo FODA, con la finalidad de desglosar sus componentes y posibilitar un análisis de detalle para la instrumentación de acciones de estímulo a las fuerzas y oportunidades y de solución a las debilidades y amenazas relacionadas con la difusión cultural.

FORTALEZAS F <ul style="list-style-type: none">• Los carteles publicados son la principal fuente de información.• Los eventos organizados por el departamento son de interés para la comunidad.• Los diseños en los carteles son muy atractivos.• Se cuenta con los recursos necesarios para realizar una cartelera mensual.	DEBILIDADES D <ul style="list-style-type: none">• La difusión que se le da a los eventos es insuficiente.• Publicación a destiempo de las actividades culturales.• Falta de organización para hacer la publicidad.• Sobreexplotación del cartel y las cartulinas para la publicación de los eventos.
OPORTUNIDADES O <ul style="list-style-type: none">• Existe un amplio espacio para un nuevo tipo de publicaciones.• La comunidad está interesada en asistir a eventos culturales.• La comunidad considera que es necesaria una cartelera para publicar los eventos.• Los eventos culturales son considerados como parte de la formación académica.	AMENAZAS A <ul style="list-style-type: none">• Inasistencia de la comunidad a los eventos por falta de tiempo.• La difusión es insuficiente.• Falta de estímulo a los eventos culturales por parte de las autoridades.• Los pizarrones en los edificios para la difusión se encuentran saturados de información.

<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none">• Crear un nuevo medio para la difusión de los eventos a través de una publicidad más sugestiva.• Invitar a los profesores a los eventos para que apoyen la formación del hábito de participación a los eventos en los alumnos; principal objetivo de la oferta cultural.	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none">• Crear una cartelera para llenar el gran espacio que hay para nuevas publicaciones• Implantar una cartelera que informe de manera oportuna los eventos organizados durante el mes.• Instaurar un diseño innovador que atraiga el interés de la comunidad.
<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none">• Programar eventos en horarios que faciliten la asistencia• Integrar a los profesores con los eventos para que ellos lo difundan.• Contar con espacios específicos para la difusión de eventos culturales.• Diseñar e implementar una cartelera cultural que de a conocer los eventos.	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none">• Organizar anticipadamente una cartelera cultural de periodicidad mensual que mejore la calidad de la difusión.• Incrementar los espacios para la publicación de eventos y evitar que sean saturados por otro tipo de información .Tener un espacio sólo para difusión cultural.

De acuerdo con los resultados de este modelo, se detectó la necesidad de elaborar como estrategia, un nuevo medio de difusión complementario a los existentes: una cartelera de eventos académicos y culturales.

3.3 CARTELERA “Voces de difusión”

Aunque en lo cuestionarios se haya obtenido información que refleja el interés de la gente de la UPIICSA por una publicación interna, se decidió que el medio más adecuado para la Institución no era una revista interna como tal sino que era mejor utilizar una cartelera, debido principalmente a que el departamento de difusión no se encuentra en este instante con suficiente capital para invertir en una estrategia de comunicación más costosa, una revista interna significa un costo excesivo por ejemplar, además es importante señalar el nivel sociocultural del público meta, y una cartelera resulta en ese aspecto una publicación más adecuada, más sencilla de asimilar y de comprender, pues no exige el formalismo y solemnidad de la revista.

El Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas como consecuencia de los resultados de la encuesta, se acercó al desarrollo del nuevo instrumento de difusión; procediendo a diseñar la cartelera que operará como un medio potenciador de la comunicación interna en materia de eventos académicos y culturales; denominándole “Voces de Difusión” para su identificación plena en la comunidad y por la finalidad específica que pretende lograr.

Para que este esfuerzo culmine adecuadamente, es conveniente observar puntualmente los procedimientos para la realización de la cartelera en la UPIICSA; esto es, que contenga conceptos, los objetivos que persigue, las secciones que cubre, el público al que se dirige, la periodicidad con la que se publica, nombre y

puesto de las personas encargadas, tiraje, número de páginas y las características fijas más relevantes, entre otros. Para ello se especificarán los pasos a seguir de esta publicación.

En cuanto a los objetivos de la cartelera pueden plantearse los siguientes:

1. Ya que los eventos son considerados parte importante de la formación académica, es necesaria una cartelera de difusión para los eventos académicos y culturales diseñada de forma atractiva.
2. Que sea un espacio específico y desarrollado por el Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas hacia la comunidad; enfocado sólo a los eventos académicos y culturales, evitando así que distraiga la atención del objetivo y se congestionen estos sitios con otro tipo de información.
3. La cartelera resuelve uno de los problemas esenciales incorporándose al gran espacio que existe en la demanda de nuevas publicaciones en la UPIICSA.
4. Que informe de manera oportuna los eventos organizados para periodos definidos, posiblemente apoyada con un recordatorio breve mediante un volante distribuido al acercarse cada evento.

5. Que las personas tengan la oportunidad de regresar a las carteleras vigentes para confirmar la información, así como a carteleras anteriores, lo que permite un acervo histórico.

En segundo lugar se desglosa el contenido temático de la Cartelera:

1. Información sobre eventos académicos, deportivos y culturales tales como conferencias, pláticas y exposiciones de pintura, fotografía o escultura; torneos internos y con el exterior, competencias breves y convivencias con personalidades de los distintos entornos de interés.

Para ello, la cartelera tendrá las siguientes secciones fijas:

Académica: eventos que se refieran a reforzar los planes y programas de estudios, a acrecentar en la comunidad en los muy diversos aspectos del conocimiento; mediante conferencias, capacitación, desarrollo e integración. Asimismo, la presentación de egresados exitosos y personalidades de la ciencia, la política o el deporte.

Cultural: donde se traten eventos relacionados con la cultura y las artes, ya que la cultura vista desde este enfoque es parte importante de la formación de los estudiantes y de la comunidad en general; fomentando el acercamiento de la

comunidad con personajes destacados en los campos de arte, la historia y el pensamiento en sus diferentes expresiones.

Los contenidos informativos deben tener las siguientes características:

- Formato, que establece un machote o modelo donde se vacía la información más importante del evento:
- Nombre del evento.
- Breve descripción del objetivo, temática y contenido del evento.
- Día, lugar y horarios de inicio y conclusión, a bien de permitir a los interesados revisar si no interfiere con sus actividades.
- Nombre de quién lo realiza, de los ponentes, grupos artísticos, etcétera.

Es importante colocar en la contraportada de la cartelera el directorio de la escuela hasta llegar al departamento que realiza dicha publicación, así como su correo electrónico para cualquier sugerencia.

Para que todo esto sea posible es necesario seguir el proceso interno en la realización de la cartelera, conforme lo establece el Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas, mismo que se resume en estos pasos:

1. Solicitar oportunamente a las áreas responsables la información de los eventos académicos y culturales de cada periodo, recordando la fecha de cierre de propuestas y de impresión.

2. Recopilar la información necesaria para las dos secciones fijas antecediendo un plan flexible de contenido anual; a manera de guía, en presentación de formato para ahorrar recursos y esfuerzos. La sección cultural, por ejemplo, responde a un plan de actividades semestrales y anuales que coordina Difusión Cultural y Relaciones Públicas, mientras que la sección académica está sujeta a los eventos que diseñan las academias.

3. Seleccionar el material transcrito en algún sistema procesador de palabras para facilitar posteriormente acciones de corrección de estilo y se colocan los textos de acuerdo a la sección que le corresponda, ya sea académica o cultura.

Utilizar invariablemente la misma portada; sólo podrán considerarse cambios en los balazos de información sobre los eventos culturales y académicos. Las secciones o cabecales y gráficos de numeración no cambian. La información guardará consistencia en cuanto al tamaño y tipo de fuente de los textos.

4. Presentar el material previamente impreso para la revisión a el jefe de Difusión Cultural y Relaciones Públicas. Que, en su caso, emitirá sus observaciones para adecuación de lo necesario o dará el visto bueno.

5. Entregar el material escrito en original a la editorial de la escuela recomendándose su reproducción en sistema offset en tamaño carta, en papel bond; con un tiraje de mil ejemplares como mínimo, todo lo anterior deberá enfocarse a obtener un costo unitario económico.

6. Imprimir y entregar los ejemplares al Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas para su distribución directa en los sitios estratégicamente seleccionados o por medio de la Unidad de Informática para canalizar su difusión utilizando la Página web <http://www.upiicsa.ipn.mx>

3.4 IMPLEMENTACIÓN

En el primer número de la cartelera del mes de noviembre 2006:

En la parte académica se tiene eventos cómo la XXIII Semana Interdisciplinaria de la UPIICSA, es el evento magno de la institución y está conformado por conferencias y presentación de proyectos de investigación a cargo de diferentes personalidades conocedores del tema “Internet y negocios en el siglo XXI”. Además, se cuenta también con el “Foro de Metodología” que son una serie de conferencias donde los alumnos exponen sus trabajos de investigación, lo organiza la academia de humanidades.

Por otro lado, en lo dedicado a cultura, la cartelera cuenta con diferentes eventos como la presentación de la banda sinfónica y el coro de la Marina Armada de México, danza contemporánea, reggae, percusiones, concurso de oratoria y la semana del Rock, donde los alumnos tienen la oportunidad de presentarse con sus bandas.

Según lo dicho antes se plasma a continuación.



XXIII Semana Interdisciplinaria de la UPIICSA del 6 a 10 de Noviembre "Internet y los negocios en el siglo XXI"

Lunes 6 de noviembre:
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"
10:30 Hrs. Ceremonia de Inauguración.
12:10 Hrs. Conferencia.-
Lic. Alejandro Ortega Schulz, empresa LUCASS:
"Buscando trabajo en Internet".
Auditorio de Graduados

12:30 -14:00 Hrs. Presentación de proyectos de investigación.
Auditorio de Graduados

17:30- 19:00 hrs. Presentación de proyectos de investigación.
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"

18:10 Hrs. Conferencia.-
Lic. Jesús Fajenín de la Rosa Thoma, IBM de México:
"La fundación México Digital".

Martes 7 de Noviembre:

Auditorio "Victor Bravo Ahuja"
12:10 Hrs. Conferencia.-
Sr. Andrés Hoffmann, Revista Política Digital: "La política digital en México".
Auditorio de Graduados

12:30 -14.00 Hrs. Presentación de proyectos de investigación.
Auditorio de Graduados

17:30- 19:00 hrs. Presentación de proyectos de investigación.
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"

18:10 hrs.- Conferencia.-
Ing. Carlos Casús López, CUDI (Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet), "Internet e Internet.2".

Miércoles 8 de noviembre:

Auditorio "Victor Bravo Ahuja"
10:10 hrs.- Conferencia.-
Ing. Javier Pérez Mazatán, Coordinador General del Sistema E-México: "El sistema e-México".

12:10 hrs.- Conferencia.- Sr. Ilami Schwartz, Empresa México.com: "Los Negocios en Internet en México".
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"

17:10 hrs.- Conferencia.-
M. en C. Federico Plancarte Sánchez: "El proyecto PLC"

18:10 hrs.- Conferencia.-
Lic. Tomás Alfonso Arias.- Prodigy-Telemex: "La estrategia Prodigy"

Jueves 9 de noviembre:
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"
10:10 hrs. Conferencia.-

Lic. María Nora Caballero Verdejo, Directora del Servicio de Administración Tributaria (SAT): "Las obligaciones fiscales e Internet".

12:10 hrs.- Conferencia.- Ing. Pier Beaujean, Gerente de Control Satelital, Satélites Mexicanos: "Capacidades Satelitales de México"
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"

17:10 hrs.- Conferencia.-
Ing. Luis Daniel Soto, Director de Difusión Tecnológica de Microsoft: "Las tecnologías Microsoft para Internet"

18:10 hrs.- Conferencia.-
Ing. Julio Murive, Gerente de Soluciones Tecnológicas de Aeroméxico: "Internet en las operaciones de aerolíneas"

Venes 10 de noviembre:
Auditorio "Victor Bravo Ahuja"
11:10 hrs.-
Dr. Tomás Mikeskovics, ILC (Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa), "Internet y la educación".

**FORO DE METODOLOGÍA
22, 23, 24 Noviembre
Auditorio: "G"
10:00 a 13 Hrs. Y 16:00 a 20:00 Hrs.
Exposición de Trabajos de Investigación**



LUNES

06 NOV.
CACHA EL FUEGO ESTA VEZ
PRESENTACIÓN GRUPO DE REGGEE
14:00 HRS. AUDITORIO "A"

MARTES

07 NOV.
DANZA CONTEMPORÁNEA
14:00 HRS. AUDITORIO "A"

MIÉRCOLES

08 NOV.
PERCUSIÓN CONTEMPORÁNEA
MÚSICA ALTERNATIVA
14:00 HRS. AUDITORIO "A"

JUEVES

09 NOV.
AMORES PLAGANTES
DANZA CONTEMPORÁNEA
14:00 HRS. AUDITORIO "A"

VIERNES

10 NOV.
BANDA SINFÓNICA Y CORO DE LA
MARINA ARMADA DE MÉXICO
13:00 HRS.
EXPLANADA DE LA UNIDAD
PROFESIONAL

ORATORIA

VIERNES

17 NOV.
CONCURSO DE ORATORIA
" LAZARO CÁRDENAS DEL RÍO "
15:00 HRS. AUDITORIO "A"

te invitamos a la

**SEMANA
del
ROCK
Y ADICIONES**

Del 21 al 24 de Noviembre

Difusión cultural



**SEMANA DEL ROCK
DEL 21 AL 24 DE NOVIEMBRE**

MARTES
21 NOV.
PRESENTACIÓN
TALLER DE JAZZ DE LA UPIICSA
14:00 HRS. AJUEVES

LA CANTANTE CALVA
15:30 HRS. AUDITORIO "A"/AUDITORIO "A"

MIÉRCOLES
22 NOV.
GRUPO HOT MAVERICKS
14:00 HRS. AUDITORIO "A"

GRUPO YUS
16:00 HRS. AUDITORIO "A"

JUEVES
23 NOV.
GRUPO THE LOTTIONS
15:00 HRS. AUDITORIO "A"

GRUPO EXO20
16:00 HRS. AUDITORIO "A"

VIERNES
24 NOV.
GRUPO DEMETER
14:30 HRS. AUDITORIO "A"

CONFERENCIA ADICIONES
16:00 HRS. AUDITORIO "A"

GRUPO CAJA NEGRA
17:30 HRS. AUDITORIO "A"

PHITO TORRES
19:00 HRS. AUDITORIO "A"

**EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA
CONTRA LAS ADICIONES
DEL 21 AL 24 DE NOV. EN EL LOBBY**

Dr. José Enrique Villa Rivera
DIRECTOR GENERAL DEL IPN

M. en C. Jaime Martínez Ramos
DIRECTOR DE LA UPIICSA

Lic. Manuel Guerrero Briseño
SUBDIRECTOR ACADÉMICO

Dr. Mauricio Procel Moreno
JEFE DE LA SECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

Lic. Jaime Meneses Galván
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Josefina González de la Riva
SUBDIRECTORA DE EXTENSIÓN Y APOYO ACADÉMICO

Ing. Felipe Absalón Palafox
JEFE DE SERVICIOS BIBLIOTECARIOS Y DIFUSIÓN CULTURAL

Liliana Rivera García
JEFA DE DIFUSIÓN CULTURAL
lrivera@ipn.mx

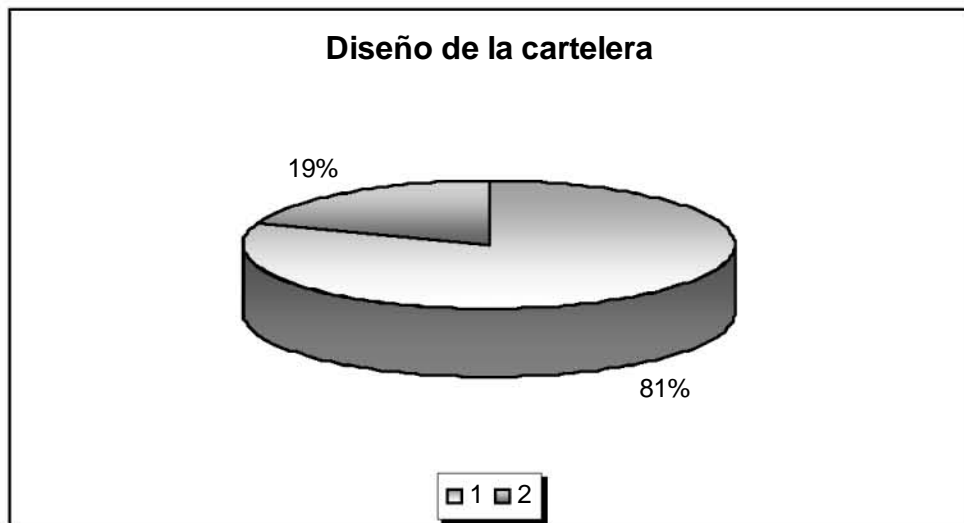
PUBLICACION MENSUAL AÑO 1 NO. 1 NOVIEMBRE 2006

3.5 EVALUACIÓN

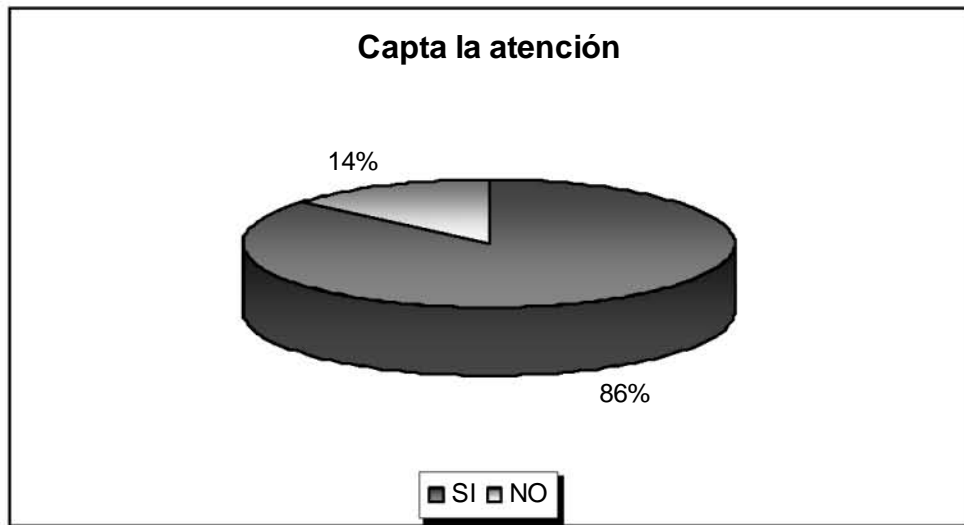
Con la finalidad de evaluar los resultados de la cartelera, se aplicó el siguiente un segundo cuestionario a 400 alumnos, 50 maestros y 50 administrativos, el cual se encuentra en el Anexo 3.

Con las respuestas recibidas de la encuesta realizada a la comunidad de la UPIICSA, se llega a las siguientes conclusiones expresadas en forma gráfica:

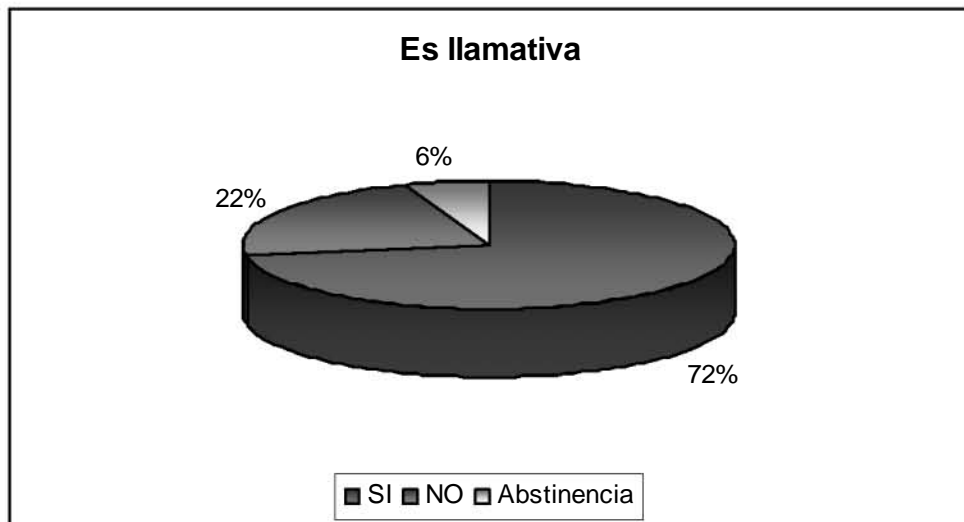
La gráfica muestra que el 81% está satisfecho con el diseño de la cartelera porque las imágenes son atractivas, mientras que el 18% no está satisfecho porque contiene demasiados textos.



La gráfica muestra que el 86% coincide en que la cartelera logra captar la atención puesto que las imágenes son sugestivas mientras que el 14% no está de acuerdo, ya que el texto es abundante, necesitan más imagen y menos texto.

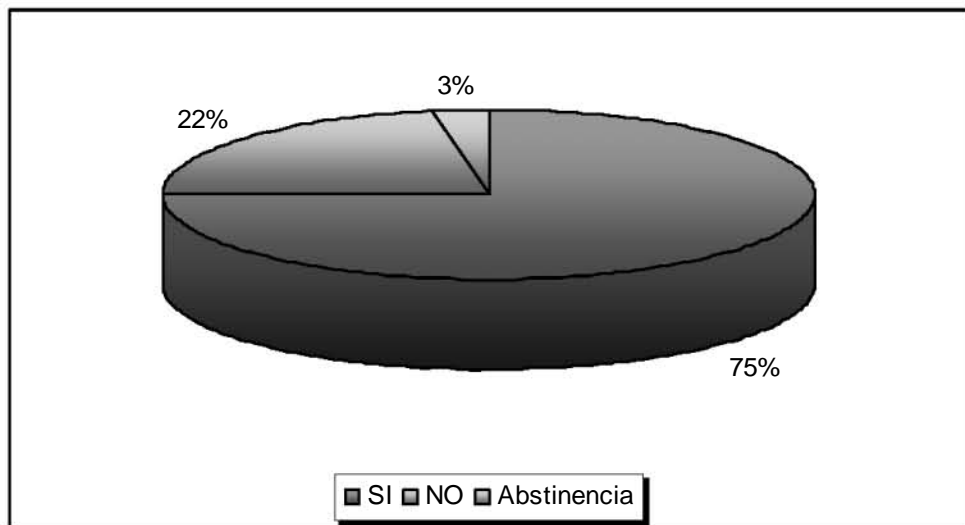


La gráfica muestra que el 72% considera que la cartelera es llamativa; el 22% no cree que es atrayente, mientras que esta pregunta presentó un 6% de abstención.

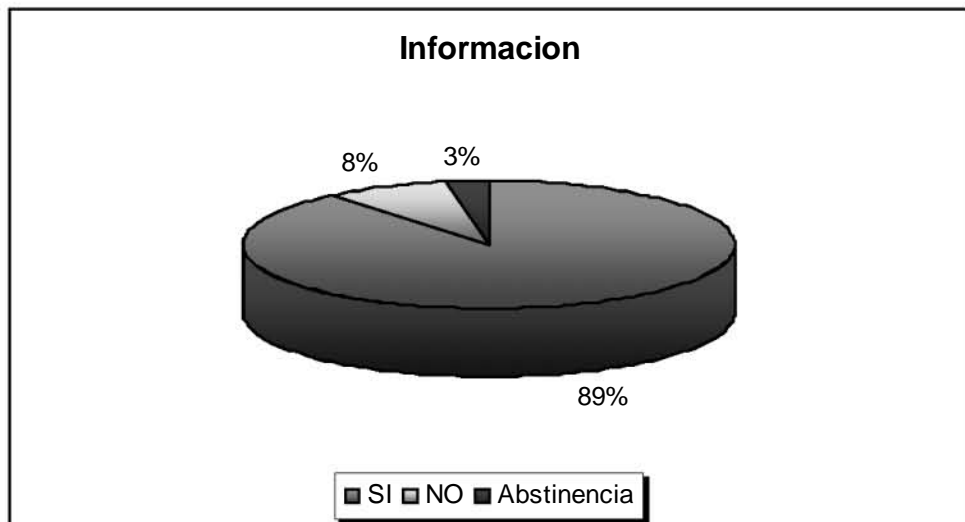


El 69% considera que el diseño y la lectura es dinámica porque la cantidad de texto es el adecuado, el 25% considera que es tediosa mientras que el 6% no opinó.

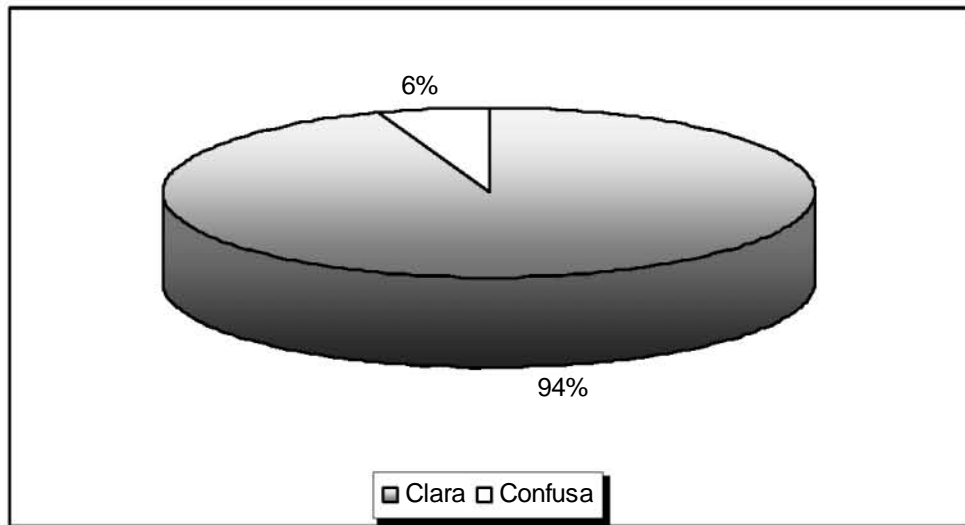
En cuanto al diseño (gráficos, imagen y texto), invita a la comunidad a leerla y conservarla, el resultado fue que el 75% conserva la publicidad debido a la combinación de gráficos en ella, por lo que éstos son usados en cantidades adecuadas mientras que el 22% los desecha y el 3% se abstuvo de contestar.



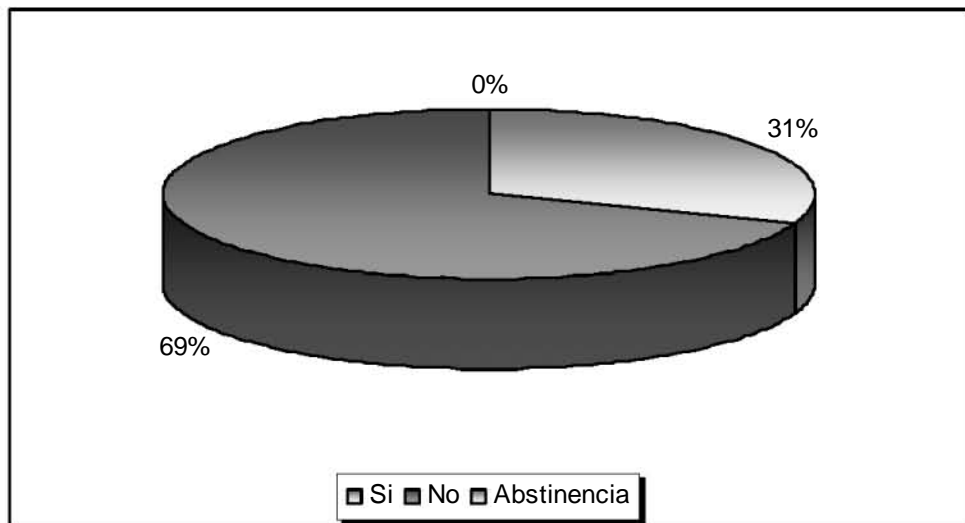
El 89% está de acuerdo con que la cartelera los mantiene bien informados, el 8% opina que la información es deficiente y el 3% no opinó.



La información que transmite la cartelera es, según los resultados, en general suficiente y clara.

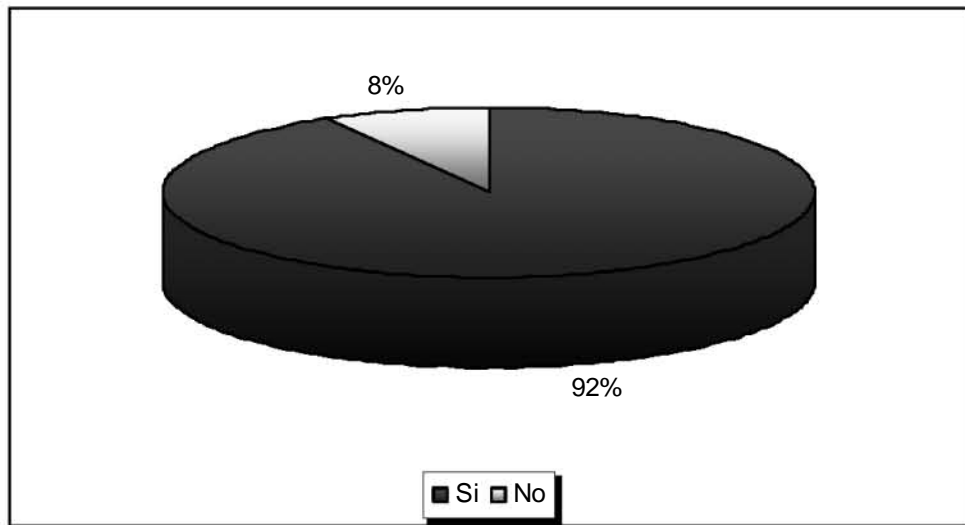


En la gráfica se muestra que el 69% se enteró por primera vez de los eventos que se realizan en la UPIICSA, mientras que el 31% no conocía la oferta cultural de la institución.

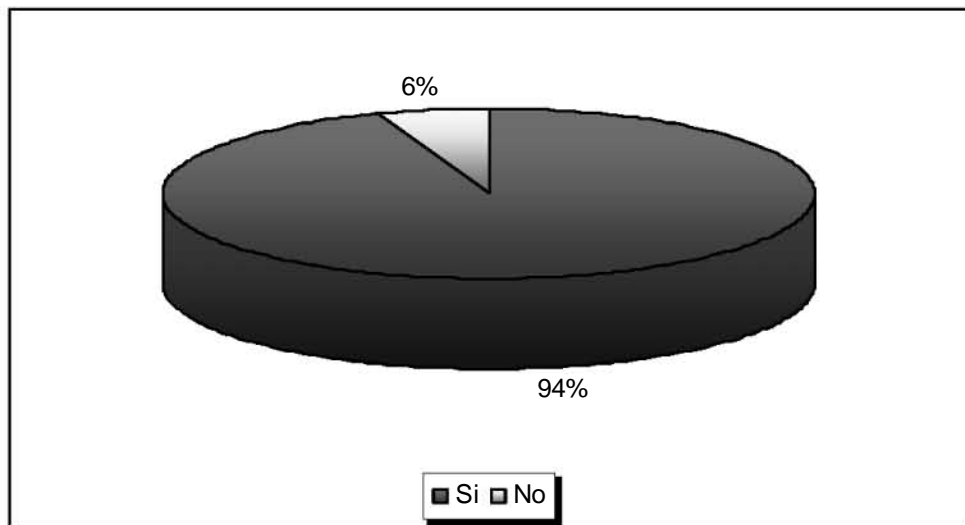


Los puntos de la escuela en los que le gustaría a la comunidad se distribuyera la cartelera "Voces de Difusión" son en las entradas de los edificios, cafetería, los pasillos y en el andador.

El 92% está de acuerdo en la publicación mensual de la cartelera de eventos académicos y culturales, "Voces de Difusión", mientras que el 8% la considera innecesaria.



El 94% cree que la publicación de una cartelera mensual tendría una aceptación muy favorable dentro de la comunidad mientras que el 6% cree que es innecesario.



De acuerdo con los resultados recibidos de la encuesta, es posible declarar que la cartelera resulta en ese aspecto una publicación más adecuada, sencilla de asimilar y de comprender. Es una presentación ágil y atractiva que cumple con la función de informar a la comunidad sobre los eventos académicos y culturales realizados en esta unidad profesional.

Adicionalmente, el sondeo público proporcionó elementos firmes de aceptación de los aspectos sustanciales del diseño, información, contenido y distribución entre ellos:

DISEÑO: El diseño logró captar la atención de la comunidad; les pareció atractivo, innovador, claro y sencillo.

INFORMACIÓN: La comunidad considera que la información recibida a través de la cartelera es el medio más adecuado para conocer la programación de estos eventos en la escuela y de esta manera se convierte en un excelente facilitador de la planeación, estímulo y decisión, respecto a asistir a los eventos y aprovechar al máximo la oferta cultural disponible.

CONTENIDO: Con respecto a la información plasmada en la cartelera, la comunidad opina que contiene exactamente la información necesaria sin excesos o faltantes; evitando que su lectura se convierta en un ejercicio tedioso y poco dinámico, sin que esto signifique caer en lo sinóptico.

Como parte del proceso de implementación, una vez que la cartelera fue aceptada, se procedió a estudiar los puntos de distribución en los cuales será entregada la cartelera, para que ésta tenga mayor oportunidad de llegar a un volumen más extenso en la comunidad educativa y logre su objetivo de difundir la oferta cultural con la eficacia esperada. La información arrojada fue la siguiente:

- **Accesos principales a los edificios:** Debido a que son las zonas de mayor flujo de alumnos, docentes y administrativos.
- **Pasillos de edificios y andador de la escuela:** Corresponden a otras áreas que presentan alto flujo de personas y resultan idóneos para que se propicie el contacto Emisor-Receptor.
- **Cafetería:** Ubicada como un lugar de reunión en el tiempo libre, se ofrece como un lugar estratégico, para que la comunidad se entere y consulte sobre los eventos y se estimule su participación.
- **Entrada principal de la UPIICSA:** Es una opción estratégica aunque limitada a la distribución en los horarios de ingreso o egreso de la escuela.
- **Biblioteca, cubículos, salones y academias:** Estos lugares representan otros espacios sugeridos de distribución por parte de los encuestados, cuyo efecto en los objetivos se estudiará dentro del proceso de mejora del proyecto.

La cartelera “Voces de Difusión” cubre entonces las expectativas para las que fue planeada, como el medio idóneo para acercar a la comunidad de la UPIICSA a las opciones culturales, haciendo “hablar” al Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas en su responsabilidad de anunciar, difundir y cristalizar los eventos. Los beneficios que se obtienen con esta cartelera son advertidos rápidamente por los miembros de esta comunidad al considerarla el mejor canal para informarse acerca de la oferta cultural de la institución; contemplando esta oferta como una alternativa real, viable y de calidad, para complementar y enriquecer su formación personal.

CONCLUSIONES

La propuesta teórica de este trabajo permitió comprobar la importancia de la comunicación en una institución e implementación de la estrategia comunicativa. Al compartir las ideas, como dice Fernández Collado, con el grupo al que se pertenece y con otros individuos con los que se interactúa, se comunica; que es hacer al otro participe de la información pero de la manera en que se realice ésta dependerá si se logra inducirlo.

Para ello se desarrolló una nueva estrategia de comunicación en una institución; este concepto se aplicó para el caso de la UPIICSA, ya que como dice Bonilla Gutiérrez, es un sistema social que mediante la utilización de recursos académicos y administrativos, actúa coordinadamente sobre la población estudiantil para la consecución de los objetivos educacionales para los que fue creada. Estas actividades institucionales no se pueden desarrollar sin la comunicación por que ésta permite que la información fluya y que todos los miembros de la comunidad (maestros, alumnos y administrativos) se enteren y compartan lo que se realiza internamente.

Así, al tratar el tema de comunicación interna se tomaron en cuenta puntos como los propósitos, los receptores, el mensaje o información, el canal y los resultados. Y con ello se demostró que pueden existir otras opciones de estrategias de comunicación al

arriesgarse a salir de los esquemas tradicionales. Todo ello sin perder de vista las necesidades de flujo de información que surjan de cada caso.

Al indagar la situación de UPIICSA, en específico el Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas de UPIICSA, en su función, actividades, personal y el material con el que cuenta. Se determinó que enfrentaba obstáculos de comunicación para los cuales se desarrolló una estrategia determinada.

Del mismo modo se realizó un diagnóstico de necesidades de información y arrojó que la comunidad sí estaba interesada en los eventos que realiza este departamento, pero no se enteraban de forma oportuna. Por ello la necesidad de implementar un nuevo medio de comunicación interno.

La materialización del proyecto de implementación, de una cartelera surgió como un medio para mejorar la eficacia y la penetración de la difusión en la oferta cultural de la UPIICSA a su comunidad, permitió apreciar diversas conclusiones que muestran el logro de objetivos como resultado de la investigación.

Detallando estos logros, las circunstancias bajo las cuales se venía informando a la comunidad de la UPIICSA sobre la programación de eventos culturales, resultaba insuficiente para llegar adecuadamente al conocimiento de los miembros de la comunidad, debido a sus limitaciones de ubicación, forma y nivel de saturación en los sitios dedicados para ese fin.

Además, el sistema de difusión anterior, al acercar los eventos a una población limitada, impedía satisfacer el objetivo primordial de la oferta cultural y académica, o sea, lograr la participación extensiva de la comunidad y el incremento progresivo del aprovechamiento de dichos eventos.

Era imperativo, en consecuencia, contar con un producto de comunicación complementario, de alta movilidad; que facilitara la difusión de dicha oferta en forma masiva, directa y funcional.

En cuanto a los aspectos puntuales del análisis de la difusión cultural bajo las circunstancias anteriores, se concluye:

Que las cartulinas informativas aportaban un servicio de bajo perfil al no poder llegar al grueso de los beneficiarios potenciales.

Del mismo modo la reducida población que se enteraba de la oferta cultural al tener contacto marginal, accidental y de poca permanencia a través de las cartulinas, perdía memoria de su contenido lo que se reflejaba en una pobre asistencia a los eventos.

Así mismo la oferta cultural que proporcionaba la UPIICSA era desaprovechada como lo comprueba la medición de la asistencia y participación durante los años recientes; debido a circunstancias principalmente de difusión de información, que impedirán capitalizar una mayor intensidad en los eventos, que en materia cultural, ofrece UPIICSA a su comunidad a pesar de la alta calidad de los mismos.

Es por ello que en relación al diseño de la cartelera, se determinó que debía cubrir algunos aspectos como ser un elemento complementario de las cartulinas informativas. Por lo tanto, guardar total congruencia con la información contenida en las cartulinas.

La cartelera debía ser un medio más compacto que la cartulina de manera que permita la distribución individual a un número superior de participantes potenciales. Así el público interesado podrá revisar de manera constante los eventos y acomodarlos de acuerdo a sus horarios.

Esta estrategia debía contar con una retroalimentación constante por parte de la comunidad; al obtener una respuesta el departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas sabría el resultado que obtuvo en distribución. Para ello debía tener elementos factibles de medir la eficacia del medio de comunicación y poder aplicar, en su caso, los ajustes a su diseño para mejorar su penetración.

Conforme a lo dicho anteriormente, se diseñó la cartelera y se procedió a su distribución directa a alumnos, docentes y personal administrativo en las áreas de acceso a las instalaciones de UPIICSA; practicándose días después la encuesta, instrumento que permitió visualizar que la estrategia de potenciación de los sistemas anteriores de difusión apoyaba con eficacia los objetivos de impacto, información, contenido, y aceptación porque:

- Un 81% de la comunidad dijo que la cartelera es atrayente.
- Un 89% de la comunidad indicó que se había sentido informada.
- Un 69% de la comunidad reveló que se enteró por primera vez de la oferta cultural cuando recibió la cartelera.
- Un 94% de la comunidad comentó que estaba interesado en obtener las carteleras subsecuentes para asistir a los eventos culturales.

Sin embargo, a partir de los resultados arrojados, la cartelera disfrutó de algunos ajustes que básicamente fue la selección de puntos de distribución en lugares estratégicos, de tal forma que asegure mayor contacto con la población beneficiaria de la oferta cultural.

Otro de los ajustes realizados fue aplicar elementos secundarios que hicieran más atractiva la cartelera mediante imágenes de soporte.

Con estos resultados se comprobó que La Cartelera “Voces de difusión” logró ser una extensión del departamento, como dice Marshall McLuhan, un canal abierto de ésta con su público.

La comunidad acogió positivamente la cartelera como un medio complementario de difusión efectiva de la oferta cultural que propone la UPIICSA y que su implementación generó mayor interés y participación en los eventos que se realizan; propiciando el logro de los objetivos de la institución, responsabilidad del Departamento de Difusión Cultural y Relaciones Públicas.

Asimismo es benéfica para la UPIICSA, ya que se mejoró el flujo de información con una estrategia comunicativa innovadora para el departamento encargado de difundir información de manera interna en la Institución. Además de la creación de una nueva publicación que llena el hueco informativo existente.

La cartelera como medio de comunicación interna cumple con la función o propósito de informar, se logró gracias al análisis, técnicas y actividades para agilizar el flujo de información. El impacto y el trabajo de la comunicación organizacional debe ser constante y renovarse de acuerdo a las necesidades actuales.

Es por ello que el futuro de la cartelera pueden ser los medios electrónicos ya que al tener la base de datos y los correos electrónicos, de alumnos, docentes y administrativos, se les podrá hacer llegar de manera individual.

ANEXO 1



<http://www.upiicsa.ipn.mx>

ANEXO 2

Cuestionario 1

Carrera/ Área: _____

Edad: _____ Sexo _____

1. ¿Has asistido a un evento cultural dentro de la escuela?
 - a) Algunas veces
 - b) Pocas veces
 - c) Ninguna

2. ¿Por qué no has asistido a esta clase de eventos?
 - a) No te interesan
 - b) No me he informado
 - c) Cuestiones académicas

3. ¿De qué forma te has enterado de los eventos?
 - a) Carteles
 - b) Volantes
 - c) Comentarios
 - d) Profesores

4. ¿Consideras que hace falta más difusión sobre los eventos?
 - a) Sí
 - b) No

5. Consideras que la difusión de los eventos es:
 - a) Buena
 - b) Regular
 - c) Mala

6. ¿Te gustaría que existiera una cartelera con los eventos culturales?
 - a) Sí
 - b) No

7. ¿Con qué frecuencia te gustaría que se publicara?
 - a) Semanal
 - b) Quincenal
 - c) Mensual

8. ¿A qué tipo de eventos culturales te gustaría asistir?
 - a) Música
 - b) Danza
 - c) Teatro
 - d) Otros, Diga Cuáles _____

9. ¿Qué propondrías para mejorar la difusión de los eventos?

10. Consideras que los eventos culturales contribuyen a tu formación académica:
 - a) Sí
 - b) No

ANEXO 3

Cuestionario 2

Carrera/ Área: _____

Edad: _____ **Sexo:** _____

1.- ¿El diseño de la cartelera es de su agrado?

SI () NO ()

¿Por qué? _____

2.- ¿Logra captar su atención?

SI () NO ()

3.- ¿Considera que es atrayente (sugestiva)?

SI () NO ()

4.- Considera que el diseño y la lectura es:

Dinámica () Tediosa ()

5. ¿El diseño (gráficos, imágenes y texto) lo invita a leerla y conservarla?

SI () NO ()

6. ¿Considera que esta cartelera logra mantenerle bien informado de las actividades culturales y académicas realizadas en la Escuela?

SI () NO ()

7. Con esta cartelera es la primera vez que te enteras de la oferta cultural en la UPIICSA:

SI () NO ()

8. ¿Qué tipo de información adicional le gustaría que tuviera?

9. ¿Considera que debería tener información más detallada de los eventos?

SI () NO ()

10. ¿En qué puntos de la Escuela le gustaría que se distribuyera?

11. ¿Considera que cumpliría con su cometido de informar a la comunidad de la UPIICSA sobre los eventos culturales y académicos, siendo una publicación mensual?

SI () NO ()

12. ¿Crees que esta cartelera será aceptada por la comunidad de la UPIICSA?

SI () NO ()

BIBLIOGRAFÍA

- Alberto Martínez de Velasco, Comunicación Organizacional Práctica, México, 2004.
- Alvarado Escobar, Karen, El Papel de la Comunicación y la Información en las organizaciones públicas, Tesis, México, UNAM-FES Acatlán, 2005.
- Bonilla Gutiérrez, Carlos, La Comunicación, Función Básica de las Relaciones Públicas, México, 2001.
- Fernández Collado, Carlos, La Comunicación Humana Ciencia Social, McGraw-hill, México, 1990.
- Fernández Collado, Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, , Trillas, México, 1999, 5ta edición.
- Flores de Gortari, Sergio, Hacia una Comunicación Administrativa Integral, México, 1977.
- Gannon, M.J., Administración por resultados, Ingramex, México, 1994.
- Goldhaber, Gerald, Comunicación Organizacional, México, 1984.
- Homs Quiroga, Ricardo, La Comunicación en la Empresa, México, 1990.
- Manual de Organización de la UPIICSA
- Mc Luhan, Marshall, La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre, México, 1989.
- Memoria Histórica de la UPIICSA 1972-2002, México.
- Rodríguez Salazar, María Eugenia “La comunicación elemento esencial para las empresas caso específico SYNTEX S.A. DE C.V.”, Tesis, México UNAM.

CIBERGRAFÍA

- <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpyyFyuEFVJkjcTsiD.php>
- <http://www.consulta.com.mx>
- <http://www.elprisma.com/apuntes/apuntes.asp?categoria=502>
- http://www.elprisma.com/apuntes/comunicación_y_periodismo/comunicación_organizacional/default2.asp
- <http://www.monografías.com/trabajos11/carteler/carteler.shtml>
- <http://www.monografías.com/trabajos3/investcomun/investcomun.shtml>
- <http://www.upiicsa.ipn.mx>