



Universidad de Sonora

División de Ciencias Sociales
Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación

**“Diseño e Implementación del Programa de Trabajo de la
Dirección de Comunicación Social de la
SEC 1997-2003”**

**Trabajo Profesional
Modalidad: Disertación**

que para obtener el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presenta

Ana Silvia López Millán

Asesora-Directora

L.C.C. Rosa Elena Trujillo Llanes

Hermosillo, Sonora

5 de Julio de 2001

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVO GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
MARCO CONCEPTUAL	6
METODOLOGÍA	10
CAPITULO I	
CONTEXTO DE LA DIRECCION DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SECRETARÍA DE EDUCACION Y CULTURA	11
1.1 Antecedentes	
1.2 Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica	
1.3 Estructura Organizacional	
1.4 Organigrama	
1.5 Dirección de Comunicación Social (DCS)	
1.6 Manual de Organización de la DCS	
1.7 Organización Interna	
CAPITULO II	
DISEÑO DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA SEC EN EL PERIODO 1997-2003	25
2.1 Antecedentes de la DCS	
2.2 Diagnóstico de la DCS en 1997	
2.2.1 Situación de la Oficina en noviembre de 1997	
2.3 Diseño de Estrategias	
2.3.1 Comunicación Interna de la SEC	
2.3.2 Comunicación Externa de la SEC	
2.4 Aplicación de las nuevas estrategias	
2.5 Servicios que presta el área	

CAPITULO III	
PROSPECTIVAS DEL PROGRAMA "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE LA DCS DE LA SEC 1997-2003"	44
3.1 Evaluación a tres años de trabajo	
3.2 Metas pendientes para el período 2001-2003	
3.2.1 Propuesta de renovación de la página de internet de la SEC	
3.2.2 Equipamiento de la DCS	
3.2.3 Propuesta de Capacitación para las oficinas regionales	
3.2.4 Producción de programas de radio y televisión	
3.3 Análisis de la imagen institucional	
3.3.1 Propuesta para mejorar la imagen institucional 2001-2003	
3.3.2 Proceso de cierre del Plan de Trabajo de la DCS	
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXOS	73

INTRODUCCIÓN

El presente reporte profesional tiene como propósito describir el diseño del programa de trabajo que se aplicó en la reestructuración de la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Educación y Cultura (SEC) para el periodo 1997-2003.

Esta disertación pretende explicar los pasos que se siguieron para modificar el área de trabajo referida; el resumen de lo realizado se denomina "Diseño e implementación del Programa de Trabajo de la Dirección de Comunicación Social de la SEC 1997-2003".

En el desarrollo del documento, se realiza una evaluación de los tres primeros años de la aplicación del Programa de Comunicación Social previsto para el periodo 1997-2001 y se proponen nuevos esquemas de operación a fin de elevar la calidad de los servicios que el área proporciona tanto al interior como al exterior de esta Secretaría.

Agradezco el valioso apoyo brindado para la realización de este trabajo a las siguientes personas: Sra. Armida Bernal Reyes, a mis compañeros de la Dirección de Comunicación Social de la SEC; a la Lic, Rosa Elena Trujillo Llanes, a los Licenciados José Peralta Montoya, Gonzalo Leyva Pacheco y Carlos Guillermo Tena Figueroa; al Ing. Luis Armando Cheu Ramírez; al Lic. Guillermo Vásquez Fuentes y a Germán Verdugo Estrada.

Gracias a mis hermanos, Rosa María, Luz Martina, Francisco Octavio y Daniel; a Martha Díaz; comparto el esfuerzo con Denise, Gabriela, Ismael, Mónica, Daniel Octavio, Carlos, agradezco el apoyo a Juan; Mirna; Rosa Angélica; Epifanio y a todas las personas que contribuyeron a la realización de este reporte.

Para todos ellos, mi profundo agradecimiento.

OBJETIVO GENERAL

Describir el proceso de diseño y aplicación del programa de trabajo de la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Educación y Cultura en el período 1997-2003.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ◆ Realizar un diagnóstico del área para describir la situación al inicio del trabajo .
- ◆ Determinar la situación actual del Programa de Comunicación Social a tres años de aplicado y prospectivas para el siguiente trienio.
- ◆ Proponer nuevos esquemas de trabajo que permitan enriquecer la labor que desempeña el área en la Secretaría.

MARCO CONCEPTUAL

La presente disertación denominada "Diseño e Implementación del Programa de Trabajo de la Dirección de Comunicación Social de la SEC 1997-2003", permitió describir el proceso que siguió dicha área en el establecimiento de un programa de difusión de las acciones de la Secretaría de Educación y Cultura.

La Dirección de Comunicación Social (DCS) ha operado desde el inicio de sus funciones, en la atención de los medios de comunicación y con sus estrategias ha apoyado al fortalecimiento de la imagen institucional de la dependencia.

La imagen según la describen Guillermina Baena y Sergio Montes Olivares "es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos, marcas, servicios, empresas y asociaciones".¹

Añaden que "la imagen al ser un fenómeno de percepción tiene fundamentos psicológico y comunicacional, lo cual en un contexto político la imagen que se tenga de un gobierno o funcionario puede ser decisiva para la actitud que asuma la gente sobre él".²

Para el caso específico de la SEC, en el plan de trabajo de comunicación social 1997-2003, la DCS asumió la responsabilidad de apoyar al fortalecimiento de la imagen institucional, con acciones como calidad en la atención a representantes de los medios de comunicación; asesorías para que el titular del ramo y sus mas cercanos colaboradores tuvieran un manejo público más adecuado; entre otras estrategias cuya aplicación contribuyó a crear un clima favorecedor de la sociedad hacia la dependencia.

1 Baena Guillermina Paz y Montero Sergio Olivares, Prontuario de Comunicación Política 1997 p. 46

2 Ibidem

Tomando como base lo antes expuesto y aplicándolo al fortalecimiento de la imagen de la SEC se analiza el trabajo de la DCS desde el punto de vista de la comunicación organizacional, manejando dos conceptos básicos:

- ♦ Identidad: "Comprende los diferentes y variados atributos que tiene una empresa, productos, servicios, logotipos, comportamiento del personal y muchos otros que transmiten "algo" de lo que es y hace la organización".³
- ♦ Imagen: "Es creada en la mente de los receptores de una empresa, como resultado de las percepciones que tienen sobre los atributos de la identidad que formal e informalmente posee aquella".⁴

Partiendo de estos conceptos, en el caso de la SEC la identidad se define a partir de su misión de trabajo, los objetivos delimitados en el Programa de Desarrollo Educativo 1998-2003, entre otras acciones; y como su imagen, la percepción y aceptación de los sonorenses al trabajo realizado.

Durante la presente administración la Dirección General de Comunicación Social ha trabajado en la difusión de los atributos de identidad, dirigiendo distintos mensajes al interior y exterior de la SEC.

Para elevar la calidad de la comunicación dentro de la dependencia se establecieron criterios basados en la comunicación interna entendida ésta como " las actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la organización por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización interna".⁵

3 Picazo Luis y Evadista Gabriel, "Comunicación Estratégica 1993. p31

4 Ibidem

5 <http://monografias.com/trabajos3/investcomun/investcomun.shtml>. Sayago Leonardo Enrique. Investigación Comunicativa. Universidad Autónoma de Bucaramanga Colombia p 6

Se procedieron a rediseñar de manera eficiente los mecanismos de comunicación internos que forman parte de los atributos de la identidad de la institución, tales como: la síntesis informativa de los medios impresos, la revista institucional, el posicionamiento del logotipo, entre otros.

Para fortalecer la imagen de SEC al exterior, es decir ante la sociedad se trabajó con elementos que permitieron tener una percepción favorable de la institución, para ello se determinó la importancia de establecer de manera formal el área de comunicación social, misma que es descrita por Ignacio H de la Mota como "una oficina o departamento de administración pública, o de empresa privada y de organizaciones de todo tipo, e inclusive de personas, a través de la cual se mantienen todas las relaciones informativas de los mismos con los medios".⁶ Otras herramientas son:

Conferencia de prensa: "Se llama así a la convocatoria de reunión que se le hace a un grupo de periodistas que cubren por lo regular una fuente. En ella se da cuenta de las declaraciones o informaciones de un personaje u organización hacia los reporteros quienes pueden hacer cualquier tipo de preguntas".⁷

Boletín : "Informe en el que se presentan la información que se desea dar a conocer públicamente, de manera oficial, por parte de una organización o dependencia".⁸

Relaciones Públicas: "Departamento de la Administración Pública o de la empresa privada, a través de la cual se mantienen todas las relaciones y se efectúan todas las acciones que afectan a su imagen".⁹

6 De la Mota Ignacio. Diccionario de la Comunicación Tomo II Editorial Paraninfo 1988

7 Baena Guillermina Ob Cit p 22

8 Ibidem

9 De la Mota Ignacio. Ob Cit

Publicidad Institucional: "Se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que evoca en el público una imagen favorable de la organización".¹⁰

Durante los tres primeros años de trabajo en la DCS se ha trabajado de acuerdo a un plan de acción, hecho con base en las necesidades de difusión de la Secretaría de Educación y Cultura, y del fortalecimiento de sus recursos de comunicación interna.

La presente disertación logró una retrospectiva a los resultados de dicho plan de trabajo, el análisis fue posible gracias a la consulta de material documental y bibliográfico de expertos en comunicación política y organizacional.

Antes de realizar esta disertación lo cotidiano del trabajo en la DCS tal vez no tenía una definición formal desde el punto de vista teórico; sin embargo, una vez consultados diversos autores, fue posible desde un punto de vista formal y sistemático, analizar, evaluar las actividades del área y en la medida de lo posible reprogramarlas para un beneficio institucional.

10 <http://monografias.com> Sayago Leonardo Enrique. Ob CiTp 6

METODOLOGÍA

Para la elaboración de la Disertación "Diseño e Implementación del Programa de Trabajo de la Dirección de Comunicación Social de la SEC 1997-2003" se trabajó en tres ejes fundamentales.

El primero de carácter bibliográfico y documental, en el cual se realizó una consulta documental a los archivos de la SEC tales como los manuales de organización internos, la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, entre otros. Asimismo se apoyó en bibliografía especializada.

El segundo eje estuvo basado en entrevistas del personal de la Dirección de Comunicación Social y testimonios de trabajadores con gran antigüedad de la SEC.

Y el tercer gran eje que motivó este trabajo, fue a partir de la experiencia profesional que permitió analizar y proponer estrategias para el área de comunicación social de la SEC.