

CAPÍTULO III
PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COORDINACIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CENTRO DE ESTUDIOS
SUPERIORES DEL ESTADO DE SONORA

CAPÍTULO III
PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COORDINACIÓN DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CENTRO DE ESTUDIOS
SUPERIORES DEL ESTADO DE SONORA

En este tercer capítulo presentamos la propuesta de creación de la Coordinación de Comunicación Social del Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora, además proponemos se ubique en el área de influencia directa de la dirección general dentro del organigrama institucional. Su objetivo general y específicos, así como las necesidades que se requieren para un buen funcionamiento.

CAPÍTULO III

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DEL ESTADO DE SONORA

3.1.- Propuesta

Por todo lo anterior, consideramos conveniente actualizar la coordinación de difusión cultural y eventos especiales, definiendo su nombre y concretizando su objetivo general y sus objetivos específicos y funciones, así como su ubicación en la estructura organizacional de la institución.

Por ello proponemos:

- Que la coordinación de difusión cultural y eventos especiales cambie el nombre a **coordinación de comunicación social**, que es más preciso con las actividades que se realizan en la práctica y con el objetivo y las funciones que corresponden a un área de comunicación de cualquier organización.
- Que esta **coordinación de comunicación social** e ubique en el área de influencia directa de la dirección general, dentro del organigrama institucional.

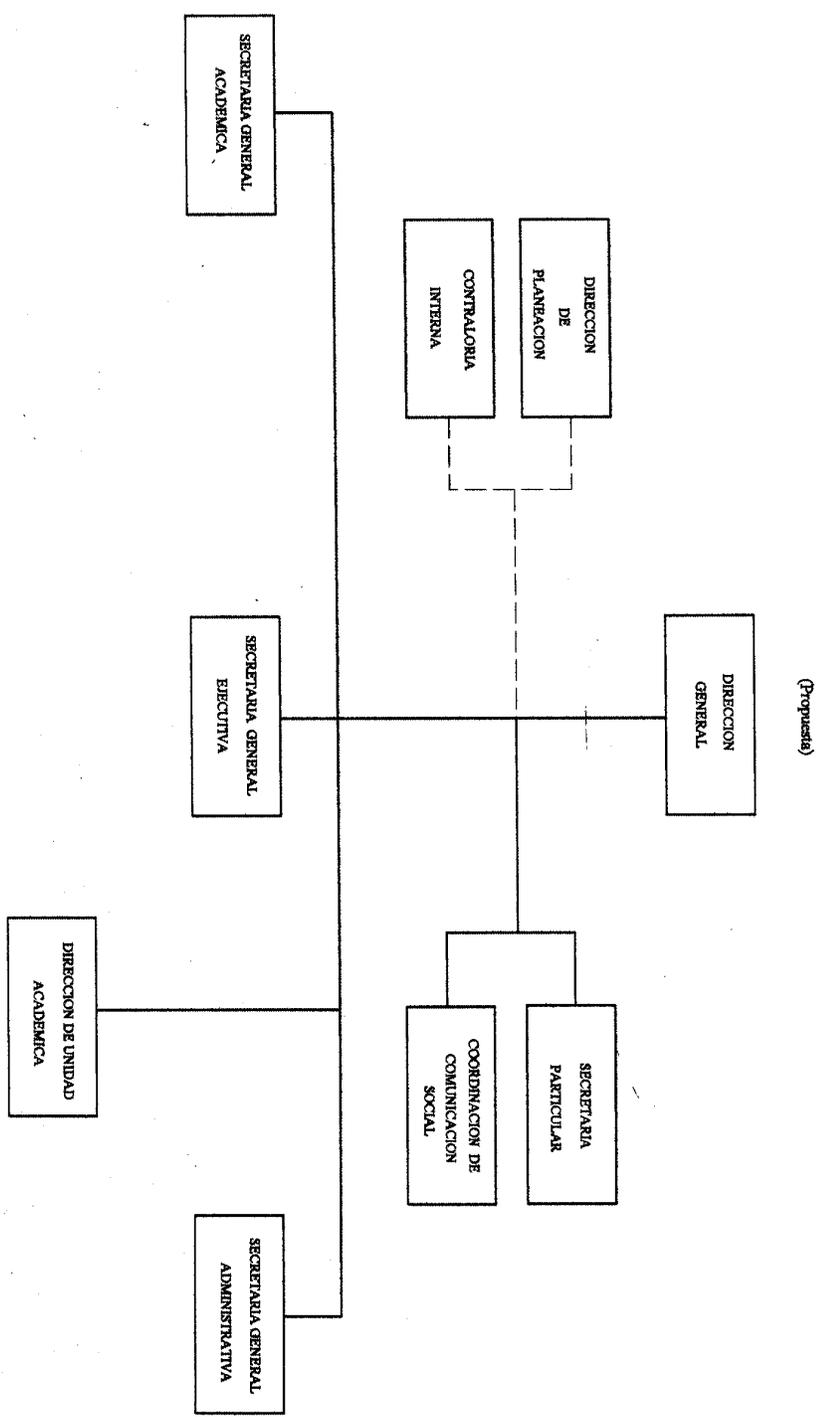
-
- Que la propia dirección general y la dirección de planeación la acepte, y se integre dentro del Manual General de Organización del CESUES, así como en la estructura de puestos de la coordinación de recursos humanos de la misma institución.

 - Que la dirección general de la institución solicite a la Secretaría de Planeación del Desarrollo y Gasto Público, la aprobación de la creación de la **coordinación de comunicación social**, con todo lo que ello implica.

Con ello se pretende evitar duplicidad y omisiones en las funciones, y deslindar responsabilidades, así como aprovechar óptimamente los recursos humanos y materiales en beneficio de un mejor trabajo de orientación e información sobre las actividades de la autoridad máxima, como de cada instancia de la institución.

3.2.- Ubicación en el Organigrama Institucional

ORGANIGRAMA GENERAL DEL CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DEL ESTADO DE SONORA



3.3.- Justificación

El desarrollo de los medios electrónicos ha sido vertiginoso a finales y principios de siglo. Los medios de comunicación han sido un factor determinante en la organización y transformación del entorno por parte del hombre, de ahí que la comunicación se debe considerar como un elemento indispensable y de alta prioridad en la administración de las instituciones de educación superior.

Es de vital importancia que las instancias de comunicación social aprovechen al máximo su potencial para la mejor divulgación del quehacer universitario, "de adentro hacia fuera", entre sus propias instancias y en todas direcciones; el beneficio será el que sus hombres: estudiantes, docentes y administrativos, se acerquen cada día más al encuentro consigo mismo, logren su formación "el estilo de vida, la posición ante la vida o el sentido del mundo" que les corresponde y asuman plenamente su compromiso social.

En el caso de la *coordinación de difusión cultural y eventos especiales* adscrita a la Secretaría General Académica del Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora, en cuanto al nombre y organigrama, no se encuentra en el lugar adecuado para que desarrolle sus actividades de una manera eficiente, ni tampoco ha permitido que su trabajo, funciones y responsabilidades sean comprendidas, ni aceptada la importancia de una coordinación de esta índole. Quizá su situación ambivalente de su nombre poco preciso y sus funciones dispersas hayan originado esta situación.

Por ello, es necesario actualizar la coordinación de difusión cultural y eventos especiales, con el propósito de que asuma las responsabilidades y

funciones y realice actividades y labores de un área de comunicación social. Además se hace necesario su ubicación en el ámbito específico de decisiones de la dirección general para fortalecer su funcionamiento y exista congruencia en las acciones, apegadas siempre a las políticas de la propia dirección.

Es imprescindible que la **coordinación de comunicación social** propuesta, dependa de la Dirección General ya que con ello se evitarían las multiplicaciones y fragmentaciones del trabajo profesional del responsable. De este modo se acelera la toma de decisiones que redundan en un manejo adecuado y coherente de la información.

El trabajo del manejo de la información institucional debe articularse con la misma velocidad y calidad que los medios de comunicación masiva. Eliminar los obstáculos en la administración de la información institucional, permite dar a conocer oportunamente todas las acciones realizadas por todas las instancias del CESUES.

El responsable de la **coordinación de comunicación social** debe conocer los proyectos y las acciones de la dirección general y de la institución para interpretarlos y difundirlos correctamente de acuerdo a los lineamientos del director general y a las políticas de la propia institución.

3.4.- La Comunicación Social y su Funcionamiento

La coordinación de comunicación social dentro de la nueva estructura orgánica del CESUES que estamos proponiendo debería ser, mucho más que una

oficina de prensa, difusión y relaciones públicas; habrá de responsabilizarse en establecer puentes de comunicación entre las diferentes instancias académicas, administrativas, y de gobierno, etc; de la propia institución y multiplicarlos hacia fuera y para ello habrá de apoyarse en las herramientas ya mencionadas.

El primer paso a seguir en ese sentido, será el de revisar el nivel de comunicación existente en aquellos que se menciona como el saber actual, problemático y creador y, a partir de ello, desarrollar propuestas concretas de trabajo.

Es competencia de quienes realizan la tarea de comunicar en la universidad, el manejo en sí de los quehaceres propios de la institución y el tipo de criterios para difundirlos e ir más allá, ya que se trabaja desde y con las ignorancias, ausencias y debilidades, desde lo conocido, a lo que se habrá de conocer. Además de que en la mayoría de las instituciones de educación superior se da una lamentable falta de diálogo entre las disciplinas, pues aún y cuando se ha llegado a trabajos multidisciplinarios, no se ha logrado aterrizar en la interdisciplinariedad.

Dada la dificultad para que los códigos y lenguajes respectivos sean inteligibles o accesibles a las demás disciplinas, esto provoca una falta de articulación entre ellas, los departamentos, y las diferentes instancias universitarias, lo que además impide una auténtica universidad.

La comunicación social juega un papel fundamental en la defensa de la autonomía universitaria; por ejemplo, en el cumplimiento en labores de difusión de los quehaceres institucionales, pero desde quienes recibirán la información, ya que también se tiene la obligación de contribuir a su formación.

La comunicación social tiene entre sus atributos, el manejo, estudio, seguimiento, desarrollo de signos, lenguajes, códigos, con multiplicidad de sentidos y significados y debe, no sólo prever el futuro, sino contribuir en su construcción pero con reglas muy claras en cuanto a su participación.

La comunicación social no puede dejarse a merced de modas o políticas sexenales, ni del criterio unipersonal o de grupos específicos, tiene que darse sobre la base de la participación de todos y todas, desde sus propios ámbitos de influencia y conocimiento.

Los primeros que deben estar convencidos de la utilidad práctica de contar con una adecuada instancia de comunicación social de la universidad, debieran ser quienes la dirigen, pues se dan casos en los que quienes tienen a su cargo la labor de comunicar, no cuentan con una línea telefónica directa, no digamos fax u otros equipos más sofisticados que permiten la comunicación rápida y eficiente con quienes tienen que enterarse del quehacer universitario, entre otros; los que en su mayoría cuentan con mejor tecnología para su desempeño.

La principal tarea para comunicar mejor sería imaginar y crear mecanismos que posibiliten la relación y estrecho contacto entre las profesiones y la cultura, dentro y fuera de la universidad, evitando reducirlas a la búsqueda insistente de nuevas tecnologías o financiamiento, en el caso de las instituciones públicas.

La comunicación social puede y debe jugar un papel preponderante en la transmisión del referente cultural, además de tener la gran posibilidad de provocar al interior y al exterior de la institución, la articulación de las creaciones y recreaciones culturales.

3.5.- Objetivo General

Contribuir al fortalecimiento de la imagen institucional hacia la comunidad universitaria y hacia la sociedad en general.

Con base en los siguientes:

3.6.- Objetivos Específicos

- 1 Desarrollar estrategias para mantener estrecha relación con el director general y directivos de la institución.
 - 1.1 Realizar los lunes a primera hora una audiencia con el director general para revisar su agenda semanal. Posteriormente comunicamos con los directores de las unidades académicas para conocer sus actividades a desarrollar y estar en contacto diario con la secretaria particular, para conocer los cambios que se puedan presentar en la agenda de la máxima autoridad de la institución.
 - 1.2 Conocer y coordinar las entrevistas y ruedas de prensa del director general con los medios de comunicación.
 - 1.3 Informar periódicamente de las actividades institucionales a su superior inmediato.

-
- 1.4 Coordinar la logística, cuidar el mensaje y los detalles de las ceremonias oficiales y de los eventos especiales donde participe el director general.
 - 1.5 Solicitar a los directores de las unidades académicas el programa semanal de las actividades a realizar los promotores culturales y deportivos para que al término de cada uno de ellos, remitan un boletín, fotografías, video, para difundirse si es conveniente a los medios de comunicación o para su publicación en el boletín oficial de la institución.
 - 1.6 Solicitar a los directores de las unidades académicas, que toda información a dar a los medios de comunicación, sea consultada con el director general y la coordinación de comunicación social, con el propósito de conocerla y mantener la misma política de información.
- 2 Ayudar a que la institución logre sus objetivos difundiendo las actividades de todas las áreas que la integran.
 - 2.1 Conocer a través de los directores o secretarios académicos de las unidades académicas, los trabajos académicos, de investigación y actividades en general a desarrollar para su difusión en los medios de comunicación.
 - 2.2 Informar de la importancia al personal docente y administrativo, así como al alumnado de difundir sus actividades en los medios de comunicación.
 - 2.3 Promover entre los medios de comunicación, las convocatorias de cursos, talleres, diplomados y concursos, entre otros, que se lleven a cabo en el CESUES.

-
- 2.4 Difundir los trabajos de los investigadores como estímulo y apoyo a su trabajo, además de aportar soluciones a los distintos problemas que se suscitan en la sociedad, dependiendo del área que maneja cada investigador.

 - 3 Difundir las actividades de investigación, académicas, culturales, artísticas y deportivas de la institución, a través de los medios masivos de comunicación.
 - 3.1 Concientizar a cada investigador, académico, deportista, artista de la importancia que tiene el trabajo que realiza, y que éste debe ser difundido para que sea conocido por la comunidad científica, académica así como por la sociedad en general, y se busque con ello que se le reconozca el esfuerzo, para lograr de esta manera no sólo la proyección de cada uno de ellos, sino también de la institución que los está apoyando, repercutiendo lo anterior en vinculación interinstitucional con otras instituciones como en un mejor presupuesto por parte de los gobiernos estatal y federal.

 - 4 Editar y publicar documentos académicos, de divulgación y oficiales.
 - 4.1 Coordinar la edición y la publicación de documentos académicos, científicos, de investigación y oficiales.
 - 4.2 Coordinar los comités editoriales de las publicaciones de la institución.
 - 4.3 Elaborar trípticos, carteles e inserciones de la oferta educativa de la institución, así como de eventos académicos, científicos, culturales o deportivos.

- 5 Producir y realizar programas y spots de radio y televisión tendientes a difundir el quehacer institucional.
 - 5.1 Producir programas de radio y televisión en estaciones privadas o estatales referente al quehacer de la institución.
 - 5.2 Coordinar y promover la oferta educativa del CESUES a través de los medios de comunicación impresos y electrónicos.
- 6 Buscar influir en los universitarios y en la sociedad en general a través de instrumentos de comunicación.
 - 6.1 Promover a través de carteles y trípticos a la comunidad estudiantil, la participación en concursos o en actividades de grupos artísticos y culturales que ayuden a ampliar su cultura general.
 - 6.2 Ser el canal, el intermediario, la asesoría para la planta docente y universitaria para buscar el medio o los medios indicados para lograr la mayor proyección y éxito del trabajo.
- 7 Establecer buenas relaciones con los medios de comunicación.
 - 7.1 Invitar a los medios de comunicación a todo evento que se lleve a cabo en la institución.
 - 7.2 Enviarles boletines de prensa a aquellos medios que por distintas circunstancias no asistieron a una rueda de prensa o evento en la institución.

- 8 Mantener una estrecha relación con instituciones de educación superior, asociaciones u organismos que tengan que ver con el área de comunicación social.
 - 8.1 Promover la realización de eventos en coordinación con dependencias educativas y asociaciones para el enriquecimiento del personal del área de comunicación social.
 - 8.2 Coordinar los trabajos de elaboración y cumplimiento de los proyectos FOMES (Fondo para la Modernización de la Educación Superior), correspondiente al área de competencia.
 - 8.3 Participar en representación de la institución en los eventos del área de competencia que lleve a cabo la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).
 - 8.4 Participar en representación del CESUES en comités de apoyo editorial en otras instituciones que lo soliciten.
 - 8.5 Coordinar y promover la capacitación del personal encargado de la comunicación con otras dependencias.
- 9 Coordinar y elaborar los trabajos y cumplimiento del Programa Operativo Anual, en lo correspondiente al área de su competencia.
- 10 Elaborar un archivo hemerográfico, fotográfico, videográfico, audiográfico que comprenda la información más relevante relativa al quehacer universitario.

-
- 10.1 Dar seguimiento a la información aparecida en los medios de comunicación relacionada con las actividades del CESUES.
 - 10.2 Imprimir fotografías y grabar en video los eventos donde participe el director general, así como de las entrevistas que le realicen los medios de comunicación.
 - 10.3 Recortar, grabar en audio y video las notas aparecidas en los periódicos y noticieros en radio y televisión, referente a entrevistas del director general o de algún evento de la institución.
 - 10.4 Elaborar archivos de fotografías, videos, audio y recortes de periódicos de las entrevistas que le realicen al director general, así como de los eventos que se lleven a cabo en el CESUES, clasificando por evento, fecha y lugar.

3.7.- Necesidades

Para lograr un buen funcionamiento en la coordinación de comunicación social que se está proponiendo, debemos contar con el siguiente personal y equipos para cumplir con la tarea de comunicar:

A parte del coordinador de comunicación social se debe de contar con el siguiente personal:

- **Un jefe de medios**

Funciones:

- Por instrucciones del coordinador de comunicación social deberá organizar las ruedas de prensa.
- Estar presente en las entrevistas del director general, secretario general académico y de otros directivos de la institución.
- Supervisar que la síntesis de prensa que se elabore diariamente en la coordinación de comunicación social se encuentre completa y no falten publicaciones que aparecen en los periódicos sobre temas que competen a la institución.
- Producir un programa de radio.
- Elaborar las síntesis informativas diarias.
- Elaborar los comunicados de prensa.
- Monitorear los medios de comunicación radiofónicos, televisivos e impresos.
- Grabación de noticias en radio y televisión.
- Contactar las entrevistas entre reporteros-investigadores, profesores y deportistas, entre otros que desean informar sobre sus actividades.
- Revisar el trabajo de los prestadores de servicio social.

➤ **Una secretaria**

Funciones:

- Reportar al coordinador de comunicación social a través del teléfono con quien se le indique.
- Invitar a través del teléfono o fax a los reporteros de la fuente de los distintos medios de comunicación para que asistan a los eventos o conferencias de prensa que organiza la institución.
- Actualizar y elaborar el directorio general de medios de comunicación.
- Atender las llamadas que se reciban por teléfono, así como otras funciones propias de su puesto.

➤ **Un fotógrafo**

Funciones:

- Tomar fotografías de todos los eventos que se realicen en la institución.
- Apoyar con fotografías a todas aquellas publicaciones institucionales que se elaboren, como el boletín comunicación, revistas científicas, manuales o informes.
- Enviar fotografías de los eventos a los distintos medios de comunicación, previa aprobación del coordinador de comunicación social.

- Organizar el archivo fotográfico por día, mes, año y evento.

➤ **Un camarógrafo**

Funciones:

- Grabar en video los eventos, giras y actividades de los directivos.
- Elaborar copia de los eventos, giras o actividades de los directivos, para envío a los medios de comunicación, siempre y cuando que el coordinador de comunicación social así lo considere.
- Elaborar una videoteca organizada por día, mes, año y evento.

➤ **Un diseñador**

Funciones:

- Diseñar y elaborar trípticos, carteles y otros trabajos que le solicite el coordinador de comunicación social de los eventos que considere darle la debida difusión.

➤ **Un mensajero**

Funciones:

- Entregar documentos, invitaciones y oficios en las dependencias de gobierno o de la iniciativa privada, así como a particulares.

-
- Realizar otras funciones propias de su puesto.

➤ **Prestadores de servicio social**

Funciones:

- Las que el jefe de medios les indique. Éstas pueden ir desde los recortes de las notas informativas, grabación de noticieros de radio o televisión, o en su caso apoyar al personal que integra la coordinación de comunicación social.

Equipo que se necesita:

- 1 computadora para el coordinador
- 1 computadora para el jefe de medios
- 1 computadora para la secretaria
- 1 fax
- 1 línea telefónica con extensiones
- 1 impresora laser
- 1 máquina de escribir
- 2 televisiones
- 2 videocassetteras vhs
- 2 cámara de video vhs
- 2 cámaras fotográficas
- 1 servicio de cable
- 1 servicio de internet
- 2 grabadoras de audio portátiles
- 2 servi bar para ofrecer refrescos a los reporteros
- 1 servicio de radio contacto