
CONCLUSIONES

La labor en sí de la comunicación social en las instituciones de educación superior, resulta difícil estos tiempos, que las lógicas profesionales de producción noticiosa, televisiva, radiofónica y escrita, dejen de persistir en la idea, según la cual la importancia de un acontecimiento informativo se mide por su capacidad de escandalizar; si a esto le añadimos la poca o nula voluntad de los actores universitarios para comunicar sus logros, el desinterés de los medios en general por todo aquello que no les signifique ganancias substanciales, entonces la tarea de los comunicadores institucionales se vuelve por demás complicada; por ello, es necesario insistir en la absoluta comprensión y apoyo por parte de las autoridades, en el suministro de recursos materiales hacia éstos importantes espacios de difusión que permiten una mejor comunicación intra y extra universitaria.

Por lo anterior, y para que la Coordinación de Comunicación Social del CESUES que proponemos este vigente en estos tiempos deberá:

- Promover la comunicación interpersonal dentro de cada una de las instancias universitarias.
- Facilitar una expedita comunicación organizacional de todos, para todos y entre todos.
- Socializar esa comunicación de la manera más amplia posible, buscando percibir con claridad, quiénes serán los receptores, así como sus necesidades de información y formación.

-
- La imagen de una institución es la representación, opinión o concepto que se tiene de ella, corresponde a todos aquellos que la integran la tarea común de bien comunicar sus actividades.

Para que la coordinación de comunicación social del CESUES que proponemos pueda lograr una buena comunicación deberá ejercer las siguientes acciones:

- Un manejo adecuado de las relaciones humanas dentro de la institución, ya que esto repercute directamente en una buena imagen.
- Habilidad en el manejo de las relaciones públicas, es decir, conociendo plenamente las políticas y acciones de la institución, hacérselo saber a los actores externos de la misma.
- Un buen manejo en la relación con los medios escritos, radiofónicos, televisivos y cibernéticos.
- Un clima organizacional enfocado a la calidad total, a través de un mantenimiento adecuado de las instalaciones.
- Una imagen homogénea en las mismas.
- Capacitación permanente para el personal administrativo que es el primero que tiene contacto con el público.
- Protocolo profesional para los actos universitarios.

- Cuidado permanente del estado de cosas en la institución.

Así también, deberá contar la coordinación de comunicación social del CESUES que proponemos con los siguientes espacios para su mejor desempeño:

- Un área de prensa bien implementada y excelentemente relacionada con los medios de difusión.
- Un espacio acondicionado y adecuado para producción de radio y televisión.
- Un buen departamento de diseño gráfico en el que se elaborará el medio oficial de comunicación de la institución, así como campañas publicitarias e impresos varios necesarios para cumplir con su labor de difusión, divulgación e información.
- Un departamento donde se recopile diariamente la información mundial, nacional, local y universitaria relevante, misma que se pondrá a la disposición de la comunidad universitaria vía internet, fax o mediante tableros fijos o electrónicos.
- Un eficiente y capacitado servicio secretarial.
- Apoyo logístico necesario para la realización de actos y eventos que incluya: impresos, publicidad, servicio de banquetes, cuerpo de edecanes, equipos de sonido, proyección, fotografía, video, etc.
- Servicio de transporte y mensajería permanentes.

En síntesis, podemos decir que un departamento de comunicación social es de gran importancia para cualquier institución o empresa, y para el Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora no es la excepción, ya que éste se encargará específicamente de atender, orientar e informar a los representantes de los medios de comunicación, de los proyectos, programas y actividades que realiza la institución para que sean difundidos hacia la comunidad en general, y lograr de esta manera, los objetivos institucionales por lo que fue creado el CESUES; así también generar confianza y buena imagen sobre el trabajo que desempeña el Centro de Estudios ante la sociedad.

Es necesario hacer hincapié en que un departamento de comunicación social de una institución o empresa, no puede lograr por sí solo buenos resultados, sino que requiere contar con:

- El personal adecuado, quienes deberán tener claro lo que quieren decir de la institución, cómo y cuándo se quiere y deben decir.

Para lograr el éxito del departamento deberán echar mano de algunas herramientas tales como:

- Adecuadas relaciones humanas para que propicien el clima necesario para el buen desempeño de las funciones.
- Excelentes relaciones públicas para establecer los contactos adecuados hacia dentro o fuera de la institución.

- Un buen uso de la mercadotecnia para saber qué se tiene y cuál es la calidad de la educación que se imparte en la institución, para ubicarla adecuadamente en el mercado de la educación superior.
- La utilización de medios de difusión como directorios de medios internos y externos para producir campañas permanentes, que den a conocer a la institución, a sus actores y las acciones de relevancia que ahí se desarrollen.
- Contar con los medios propios y externos para producir campañas permanentes y extraordinarias que informen el quehacer de la institución.
- Un clima organizacional donde se diseñe las estrategias necesarias para organizar con calidad cada una de las actividades que se desarrollen en el CESUES.
- Una fluidez de información por cada una de las autoridades para obtener los mejores resultados.