

## CAPÍTULO IV. PROPUESTA

La propuesta que a continuación se presenta se diseñó a partir de los siguientes criterios:

- A. Necesidades y objetivos del departamento y los usuarios.
- B. Diagnóstico del estado actual de Web Site PSICOM, y
- C. Análisis de la situación actual de Web Site PSICOM.

### **A. Necesidades y objetivos del departamento y los usuarios.**

Los objetivos están claramente enfocados a las necesidades del emisor y receptor del mensaje, sin embargo es necesario plantearse una estructura organizacional que incorpore los equipos de trabajo de Web Site PSICOM y Boletín PSICOM, para de esta manera mejorar ambos proyectos.

La acción prioritaria es la definición de áreas y actividades específicas de un nuevo organigrama de trabajo.

### **B. Diagnóstico del estado actual de Web Site PSICOM.**

En cuanto a la percepción de los usuarios, es importante señalar que el principal problema detectado es el desconocimiento de este medio de comunicación del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación.

Acción prioritaria. Campaña de promoción de Web Site PSICOM.

### **C. Análisis de la situación actual de Web Site PSICOM.**

Sin duda, el resultado de la evaluación de los colaboradores generó fuertes críticas y evidenció deficiencias importantes en el diseño y estructura de trabajo.

Acción prioritaria: Rediseño de Web Site PSICOM

A partir de lo anterior la propuesta de mejora para Web Site PSICOM denominado: "Plan de Comunicación Estratégica para Web Site PSICOM" implica los dos tipos de estrategias de comunicación, cuya selección depende del objetivo que se desee lograr. Una estrategia de comunicación persuasiva persigue la modificación de conductas, opiniones y actitudes en un público determinado y exige de conocimientos sobre ese público. La participativa, por su parte, involucra a ese público desde el propio diseño para que sea protagonista de la estrategia y no objeto de ella, es decir, implica la participación real de los destinatarios del mensaje en la elaboración de este. (LÓPEZ VIERA, 2003)

*La estrategia nos señala el modo de "hacer para lograr".* La formulación de una estrategia tiene el propósito de planificar el logro de ciertos objetivos que corresponden a las expectativas. Por tanto, los objetivos son los fines y la estrategia es el medio para alcanzarlos.

La estrategia *"... como una serie de acciones, programadas y planificadas que se implementa a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida"*. (LÓPEZ VIERA, 2003)

Es decir, las estrategias de comunicación parten de estos mismos elementos, pues todos conocemos por experiencia que la eficacia de cualquier comunicación, hasta la más simple sugerencia, depende de cómo, cuándo, dónde, a quién y para que se la planteemos, tomando en consideración lo que tiene a favor y en contra para obtener lo que desea.

Un plan estratégico de comunicación es una propuesta de acciones de comunicación basada en datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados. En el presente proyecto se exponen las principales razones por las cuales se debe contar con un plan Estratégico de Comunicación.

### **Definición de áreas y actividades específicas**

- Integración del organigrama de trabajo

### **Campaña de promoción de Web Site PSICOMO**

- Por ultimo, una campaña de promoción de Web Site PSICOM, que lo poseione como el medio de comunicación virtual del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación reconocido y frecuentado por estudiantes, docentes y personal manual y administrativo.

### **Rediseño de Web Site PSICOM.**

- El portal electrónico también debe prestarse a la retroalimentación y participación, lo cual significa que no puede ser "rígido" o meramente informativo, sino que debe brindar el espacio y generar el ánimo de participar, debatir, e intercambiar ideas. Para lograr esto, es indispensable trabajar con un diseño amigable a la vista y una redacción clara, concisa y amena. Es fundamental evitar el lenguaje rebuscado.
- Con respecto a los boletines electrónicos, estos deben ser de diseño sencillo y con algún elemento de impacto que invite a la lectura. En el caso de la información para los estudiantes se realizará periodismo gráfico y se les remitirá a la nota en red, para aquellos que deseen obtener más información sobre el acontecimiento referido.
- Así mismo, se contará con espacios de encuentro virtual (foro y Chat) para estar en contacto en forma cotidiana y donde poder obtener información acerca de las novedades o temas de interés actual.

- Al mismo tiempo, es muy importante tener en cuenta que el soporte digital no es la única herramienta para establecer contacto. Es más, muchas veces las piezas digitales no comunican "nada" ya sea debido al abarrotamiento de información que cada usuario de PC recibe, ya sea debido a que no todos poseen medios tecnológicos eficientes (buena conexión a Internet, computadora rápida) o también a que no todos tienen tan incorporado el hábito del formato virtual. Teniendo en cuenta estas diferentes realidades y a pesar de que el correo electrónico es la herramienta usada por la mayoría de los entrevistados para dar a conocer información, también se destacó fuertemente la importancia de utilizar medios de más fácil y rápido acceso como los tabloides, la radio y la televisión.

Por lo antes expuesto consideramos que para lograr que estudiantes y docentes se familiaricen con las diversas actividades que en se generan, primeramente es necesario implementar una estrategia de comunicación persuasiva que los motive a conocer el contexto en el que se desarrolla, que se movilicen internamente a participar en los proyectos y programas y se interesen por formar parte activa de la comunidad PSICOM.

En base a lo anterior en el siguiente apartado se establece la meta, el objetivo general y específicos, que persigue el presente proyecto, para más adelante describir algunas estrategias que se pretende mejoren la situación actual de Web Site PSICOM.

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar, producir, realizar e implementar un plan estratégico de comunicación que favorezcan la difusión e intercambio de información de Web Site PSICOM.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 1 Generar una imagen positiva del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación ante los estudiantes, docentes y trabajadores.
- 2 Promover las actividades que benefician la formación de los estudiantes y docentes.
- 3 Producir y realizar productos impresos de distribución semanal que resuman los acontecimientos de interés e impacto en la comunidad.
- 4 Publicar y distribuir mediante correo electrónico boletines informativos.
- 5 Difundir los eventos y convocatorias de otras instituciones o instancias que puedan generar interés.
- 6 Gestionar espacios en los medios de comunicación universitarios para dar voz y expresión a la comunidad de PSICOM: prensa, radio y televisión.