

**CREACIÓN DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y
PUBLICACIONES DEL CENTRO EDUCATIVO NUESTRA SEÑORA
DE LA PAZ.**

**MÓNICA MARCELA DÍAZ CORTÉS
ANGÉLICA MARÍA POLANÍA CADENA**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS.
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**BOGOTÁ
2005**

**CREACIÓN DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y
PUBLICACIONES DEL CENTRO EDUCATIVO NUESTRA SEÑORA
DE LA PAZ.**

**MÓNICA MARCELA DÍAZ CORTÉS
ANGÉLICA MARÍA POLANÍA CADENA**

Monografía

**Leonardo Andrés Ballesteros
Tutor**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS.
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**BOGOTÁ
2005**

CONTENIDO

1. PROBLEMA.....	4
¿Cómo resolver las deficiencias en comunicación organizacional del CENSPA, con la gestión de un grupo especializado en esta área?	5
2. TEMA	6
La importancia de la comunicación organizacional en el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz.	6
3. OBJETIVOS	7
3.1 OBJETIVO GENERAL	7
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
4. ANTECEDENTES	9
4.1. COMUNICACIÓN INTERNA.....	13
4.2. COMUNICACIÓN EXTERNA 16	
4.2.1. Exalumnas	16
4.2.2. Desarrollo de la comunidad	16
4.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA 17	
4.3.1. Periódico Pisadas	18
4.3.2. Boletín Comuniquémonos.....	18
4.3.4. Folletos Informativos.....	19
4.3.5. Emisora Institucional.....	19
5. JUSTIFICACIÓN.....	21
6. MARCO TEÓRICO	24

6.1. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	25
6.1.1. Comunicación Interna	26
6.1.2. Comunicación Externa	28
6.1.2.3. Los atributos de la imagen	33
6.1.3. Medios de comunicación Interna	38
6.2. LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE LA EDUCACIÓN	44
6.2.1. Los tres modelos de educación	44
7. FASES DEL PROYECTO	48
7.1. FASE INICIAL	48
7.2. FASE OPERATIVA	50
7.2.1. Diagnóstico Comunicativo	50
7.3. FASE DE PROCESAMIENTO	63
7.3.1. Grupo de Comunicaciones y Publicaciones.....	63
7.3.2. Ubicación del Grupo de Comunicaciones en el organigrama del CENSPA.....	71
7.4. FASE FINAL	73
8. INDICADORES DE LOGRO.....	74
9.CONCLUSIONES	75
BIBLIOGRAFÍA.....	76

1. PROBLEMA

¿Cómo resolver las deficiencias en comunicación organizacional del CENSPA, con la gestión de un grupo especializado en esta área?

El anterior cuestionamiento, nace después de analizar los diferentes procesos de comunicación que se desarrollan en el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, donde a pesar de conocer, las tres grandes áreas de la comunicación organizacional, comunicación interna (administración de la información entre estamentos, jerarquías, bienestar de las estudiantes y personal administrativo), externa (relación con la comunidad, exalumnas y entorno) y medios (impresos y sonoros); desafortunadamente, dichos procesos, no se llevan a cabo con el profesionalismo y dedicación que se requiere, debido a la ausencia de un grupo especializado que se encargue exclusivamente de todas las actividades relacionadas con la comunicación del **CENSPA**.

Esta situación, provoca que la comunicación en la Institución se disperse y no cuente con un espacio real donde se coordine y se emita toda la información necesaria para el adecuado funcionamiento de la comunicación interna, externa y la producción de medios.

2. TEMA

La importancia de la comunicación organizacional en el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Optimizar los procesos comunicativos del **CENSPA** mediante la creación de un grupo dedicado especialmente a las labores de comunicación, con el fin de apoyar y contribuir al buen funcionamiento de la Institución.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Conocer cómo se llevan a cabo los diferentes procesos de comunicación en cuanto al aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos; al uso de los medios informativos y la proyección de la imagen de la Institución hacia el exterior, por medio de la observación y entrevistas informales con diferentes miembros de la Institución para contextualizar la situación comunicativa actual del **CENSPA**.
- ❖ Analizar la información obtenida durante la etapa de conocimiento, mediante la aplicación de los conceptos básicos de comunicación tales como: emisión, recepción, feed-back, gestión y producción de medios, símbolos, marketing, publicidad, entre otros, con el fin de realizar un diagnóstico que sirva como base del proyecto.
- ❖ Plantear la necesidad de la creación de un Grupo de Comunicaciones y Publicaciones ante las directivas del **CENSPA**, mediante la presentación de la Monografía de grado en donde se especifique los principales problemas y posibles soluciones que permitan mejorar la calidad de la comunicación.

- ❖ Crear un manual de funciones por medio de una cartilla instructiva que contenga: estructura organizacional, labores y procesos que permitan el buen funcionamiento del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones.

4. ANTECEDENTES

Los principios fundamentales del sistema educativo colombiano están recogidos en la Constitución política de Colombia y en la Ley General de Educación de 1993. Esta Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación y se fundamenta en los principios de la Constitución política sobre el derecho que tiene toda persona a recibir educación.

Colombia a pesar de ser un país con un alto nivel de desescolaridad y analfabetismo, posee una buena estructura educativa. La educación en este país es un requisito y un derecho como se consagra en el artículo 67: *“La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social... Formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia. El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá, como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica mínima”* o como se declara en el artículo 70: *“el Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional”*

Así mismo, “el Sistema Educativo comprende la educación formal, que se imparte dentro de periodos lectivos y conduce a la obtención de titulaciones académicas, y la educación no formal, que se imparte sin sujeción a periodos de secuencia regulada y no conduce a grados ni a títulos

La educación formal comprende los siguientes niveles:

- Educación preescolar
- Educación básica (primaria y secundaria)
- Educación media
- Educación superior”.¹

En la educación superior, la mayoría de las universidades contemplan como herramienta académica las prácticas profesionales, donde se busca que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos en un ámbito laboral que requiere de profesionalismo y responsabilidad, pues desde allí se forma realmente el futuro de cada uno como profesional.

Al momento de elegir **El Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz** como lugar de práctica se tuvo en cuenta que era una Institución que se adaptaba a nuestras necesidades para realizar el trabajo de grado.

A continuación se realiza una contextualización de la historia, de ésta organización:

El centro educativo nuestra señora de la paz (**CENSPA**), nace gracias a la experiencia de vida cristiana y carisma del Padre Bernardo Sánchez Muñoz, quien inspirado en el evangelio y apoyado en los dones especiales que Dios le otorgó, opta por fundar una obra educativa en respuesta a las necesidades sociales de la época “educar a la niñez y juventud de un barrio marginal de la ciudad”².

El 20 de marzo de 1949, el ideario educativo y evangelizador del padre Sánchez se concreta en el barrio Santander (sur de Bogotá), mediante la fundación del **CENSPA**, cuya actividad cuenta con la colaboración de las hermanas Misioneras de la Madre Laura. En 1952 funda la comunidad de la Hermanas de Nuestra

¹ Legislación vigente del Sistema Educativo Colombiano.

² Padre Bernardo Sánchez Muñoz

Señora de la Paz, transmitiéndole su carisma de educación y acción pastoral con particular predilección por los pobres y más necesitados. Esta comunidad asume la dirección del colegio y continua la labor educativa imprimiéndole los valores que le van dando la identidad al carisma de nuestra señora de la Paz.

Esta obra, orientada desde su origen con la amplia visión pastoral del Padre Bernardo Sánchez, afronta los retos de ese momento histórico: extrema pobreza, deterioro de vida de tantas familias que llegan a la ciudad por causa de la violencia del país; por eso, esta obra no podía reducirse a una actividad educativa de exclusivo corte académico. Así surgen grandes iniciativas que se plasman en los servicios por entonces urgentes y prioritarios para atender la comunidad: cafetería comunitaria, atención médica y dispensario, suplemento alimenticio, taller de modistería y artesanía, vida litúrgica orientada a formar comunidades eucarísticas, catequesis parroquial y visitas a las familias.

La presencia de las hermanas de la Paz, permite la evolución del claustro educativo y en el año 1958 se inicia el primer año de secundaria.

En 1960 el Padre Sánchez intuye la necesidad de la formación de maestros cristianos por lo que decide que el Colegio se convierta en una Escuela Normal. De ahí que la primera propuesta pedagógica de la Institución, se orientara con verdadero carisma educativo, a la formación de maestras cristianas que proyectaran su misión a la educación de la niñez y juventud colombiana, especialmente en los sectores más necesitados. Un grupo de 24 estudiantes se gradúa en el año de 1963 de la Normal de las Hermanas de Nuestra Señora de la Paz; estas maestras se convierten en el logro educativo que direcciona el ideario de la Institución “formar pedagogas para la paz”.

Circunstancias históricas y siempre respondiendo a las difíciles situaciones de la comunidad; llevan a la apertura de otras dos modalidades: las del bachillerato comercial y el académico. En diciembre de 1979, la Institución entrega a la

sociedad las primeras graduadas de bachillerato académico y comercial, cuyo ideario educativo es “formar mujeres constructoras de paz”.

En 1987 el colegio toma el nombre de Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz (**CENSPA**Z), con las modalidades del bachillerato pedagógico, académico y comercial.

Cincuenta y seis años de trabajo educativo, iluminados por los ideales del Padre Sánchez constituyen para las hermanas, maestros, padres de familia, estudiantes y colaboradores; un proceso de compromiso permanente para la construcción y formación de una vida más humana, promotora de valores, actitudes, criterios y compromisos que hacen posible la experiencia de la paz.

En la actualidad el Centro Educativo de Nuestra Señora de la Paz, además de los tres énfasis mencionados anteriormente ofrece el bachillerato en artes, cuya primera promoción se gradúa en el año de 1996.

Desde esta perspectiva, se busca el afianzamiento, interiorización y proyección de los valores de respeto, honestidad, búsqueda de justicia, igualdad, solidaridad, fraternidad, equidad y paz; los cuales se deben constituir en pilares fundamentales para la construcción de personas comprometidas en la transformación del medio social en el cual se desenvuelven. Esta tarea se implementa a través de la aplicación de uno de los fundamentos antropológicos básicos que define el horizonte institucional, LA COMUNICACIÓN; entendida como “la forma en que el hombre como ser personal se manifiesta a través de la palabra, que en su significado más profundo y existencial lo revela en su misterio como un ser de comunicación. La comunicación como potencialidad se desarrolla en la posibilidad de establecer relaciones de amor y vivencia de los valores”³

³ Proyecto Educativo Institucional P.E.I. CENSPA.Z.

Hoy el Centro Educativo sigue con la labor de educar a la niñez y la juventud, con unos principios cristianos y una excelente concepción de paz. Su **misión** es *brindar una educación en los niveles de básica y media vocacional a través de tres énfasis: pedagógico, artístico y comercio, enmarcados en un modelo cognitivo – constructivista. De acuerdo con las actuales condiciones socioeconómicas nacionales y mundiales se busca formar personas comprometidas, competentes y transformadoras de la historia en la consolidación de una convivencia en paz a la luz del evangelio, con un proyecto de vida ético y profundo sentido de justicia social.*

Por lo tanto, bajo el mando de la rectora, la Hermana Angela Bustos, con un total de 2.767 alumnas, aproximadamente 100 profesores y 20 directivos, se ha puesto una gran atención en la educación cristiana integral, por considerar de vital importancia formar estudiantes y personas con un gran sentido social.

Bajo esta premisa de formar alumnas integrales, se plantean los principales procesos comunicativos que se llevan a cabo actualmente en el **CENSPAZ**. Estos corresponden a tres grandes áreas que comprenden:

4.1. COMUNICACIÓN INTERNA

4.1.1. Administración de la información

- ❖ La información manejada corresponde a dos aspectos fundamentales: **académica**, corresponde a todos aquellos aspectos relacionados con los procesos pedagógicos dirigidos a cada uno de los organismos y miembros de la comunidad; el segundo aspecto se refiere a la parte **administrativa**, que busca la optimización de los recursos existentes. En ambos casos los criterios fundamentales son la veracidad, comprendida como la transparencia de la información y la inmediatez, es decir la comunicación rápida y directa.

- ❖ La información académica esta dirigida hacia los docentes, se centraliza en el consejo académico, cuyos integrantes la divulgan a cada uno de los miembros de las áreas, ejerciendo desde allí la evaluación y el control.
- ❖ La información a padres de familia se centra en el boletín de resultados, se implementa una permanente comunicación a través de circulares, en las cuales se especifican las decisiones y situaciones que afectan la vida institucional.
- ❖ La información administrativa procedente ante todo de los consejos de hermanas directivo y académico es suministrada en forma directa; a través de medios orales y escritos.

En términos generales la congregación de hermanas de Nuestra Señora de la Paz, aseguran una información permanente y siempre buscando la identidad de constructores de paz.

4.1.2. Bienestar y desarrollo de las estudiantes

- ❖ La institución promueve muchos proyectos que tienden al desarrollo personal como ética, educación religiosa, servicio social, entre otros. Mediante los servicios formativos, el departamento de orientación brinda talleres de afectividad, autoestima, autoefectividad y de orientación vocacional.
- ❖ Se organizan grupos de proyección en ecología, pastoral, deportes, cultura y se crean los talleres lúdicos en las horas de la tarde brindando a la estudiante elementos para la utilización del tiempo libre.

Para conocer las necesidades interés y expectativas de las estudiantes, la Institución realiza reuniones periódicas con monitoras de curso y consejo

estudiantil para canalizar la comunicación, recoger las sugerencias y plantear propuestas. Además el consejo académico organiza dos momentos en el año para estructurar la evaluación institucional donde se toman todos los aspectos relacionados con la vida del Centro educativo.

4.1.3. Desarrollo del personal

Plantea las acciones y procesos que la institución adelanta para lograr un recurso humano idóneo, motivado y autónomo, con capacidad de colaborar y comprometerse activamente con el mejoramiento de la institución y el cumplimiento de su direccionamiento estratégico.

- ❖ Bienestar y satisfacción del personal, son estrategias implementadas por la Institución para lograr un clima laboral favorable: vinculación a una EPS, vinculación a una caja de compensación familiar, permiso para asistir al médico, celebración del día de la secretaria, día del trabajo y día del maestro, refrigerio diario, carta de agradecimiento por el desempeño laboral al finalizar el año, condiciones para trabajo en equipo, procesos de formación y mejoramiento profesional.
- ❖ Capacitación y desarrollo del personal, la institución crea y promueve altas expectativas del desarrollo y profesional, mediante orientación sicológica; participación en eventos institucionales e interinstitucionales, talleres, seminarios, congresos, etc.
- ❖ Generación de un ambiente educativo de armonía, bienestar y superación permanente.
- ❖ Estímulos y reconocimientos, menciones especiales en fechas y actividades significativas por antigüedad y desempeño, destacamiento en actividades

culturales, artísticas y deportivas, diálogos personales y en áreas para reconocer esfuerzos, logros y avances.

4.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

4.2.1. Exalumnas

- ❖ Seguimiento de egresado, el mecanismo utilizado es el siguiente es:
Convocatoria anual el tercer sábado de octubre, invitación especial a hacer parte de la Asociación de exalumnas “ASEPAZ” por medio de carteleras, volantes, radio, televisión e información persona a persona.
- ❖ La información de las exalumnas se recoge en las reuniones anuales mediante la actualización de datos.
- ❖ La Asociación de exalumnas participa en el mejoramiento institucional mediante la organización de congresos, actividades con el grado once y en casos especiales colabora con las niñas de escasos recursos.

4.2.2. Desarrollo de la comunidad

Se refiere a cómo se despliegan acciones para integrar y beneficiar a la comunidad.

- ❖ Programas y servicios: se aplica un enfoque humanístico que permite a las estudiantes interactuar con la realidad en la que se encuentran inmersas.
- ❖ Buscar y desarrollar propuestas de intervención con la población en circunstancias difíciles como: participación en eventos deportivos, pedagógicos, culturales en la localidad; apoyo al trabajo pastoral de la parroquia Nuestra Señora de la Paz y otras parroquias del sur de la ciudad.

- ❖ La Institución busca estar abierta a los requerimientos, necesidades y problemáticas pedagógico-sociales de la comunidad por lo que asiste a las reuniones que lleva a cabo la Junta de Acción Comunal, la parroquia con el objetivo de apoyar el trabajo del barrio desde un proceso pedagógico cultura. Se atiende a las invitaciones hechas por otras instituciones para participar en eventos de carácter local, distrital y nacional; y el colegio invita a otras instituciones para eventos de carácter pedagógico, pastoral y artístico.

Los programas y acciones se encuentran orientados desde el servicio social, ya que se han implementado teniendo en cuenta las necesidades de la comunicación externa e interna, estos son:

- ❖ Patrulla escolar
- ❖ Educación ambiental
- ❖ Programas con sectores marginados
- ❖ Catequesis
- ❖ Programas con adultos mayores
- ❖ Prevención en salud
- ❖ Programas con discapacitados
- ❖ Campañas de solidaridad

4.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

El **CENSPA** cuenta con espacios en los que se desarrollan medios de comunicación escritos y sonoros que sirven para la formación académica de las estudiantes y de herramienta pedagógica para los docentes, siendo estos los principales instrumentos para la difusión de la información.

4.3.1. Periódico Pisadas

Publicado por el área de Español y Lengua Castellana trimestralmente, cuenta con:

- ❖ Participación en la redacción y diseño por parte de alumnas y maestros motivados por el área.
- ❖ Cada edición tiene un diseño diferente
- ❖ Las alumnas de preescolar tienen una sección especial hecha por ellas.
- ❖ Pisadas es un elemento pedagógico para el área de español, ya que es utilizado en clase para evaluar conceptos pertenecientes a esta materia.
- ❖ Cumple con la estructura coherente para la realización de cualquier medio impreso.

4.3.2. Boletín Comuniquémonos

Realizado mensualmente por el grupo de comunicaciones del P.E.I. su objetivo es:

- ❖ Dar a conocer el P.E.I. a todos los estamentos de la comunidad educativa, su desarrollo, avances, ajustes y propuestas de mejoramiento.
- ❖ Comunicar el pensamiento de los docentes, sus aportes, proyectos, experiencia innovadoras y acciones pedagógicas para la cualificación del desarrollo del P.E.I.
- ❖ Favorecer y propiciar en la comunidad educativa el uso de la palabra oral y escrita con el fin facilitar la participación de todos los miembros de la comunidad.

“Comuniquémonos” es un canal de comunicación que recibe las inquietudes sobre el desarrollo del P.E.I. y da a conocer los aportes pedagógicos de los miembros de la comunidad que enriquezcan el desarrollo del P.E.I.

4.3.3. Boletín de Inglés

Es realizado por las estudiantes y asesorado por el área de Idiomas, su único objetivo es afianzar los conocimientos de esta lengua extranjera.

4.3.4. Folletos Informativos

Este medio contiene información sobre filosofía institucional, procesos pedagógicos, gobierno escolar, estrategia académica, estrategia administrativa, desarrollo de las estudiantes, del personal y de la comunidad para dar a conocer el funcionamiento de la institución.

4.3.5. Emisora Institucional

Dirigida por las estudiantes que pertenecen al taller de comunicaciones y bajo la asesoría del profesor de esta lúdica.

- ❖ Las emisiones que no son diarias, se realizan durante el segundo descanso por un periodo de 15 minutos.
- ❖ Los temas tratados durante la emisión son propuestos por las alumnas encargadas, ya que es visto como un espacio para la libre expresión.
- ❖ Las alumnas encuentran en la emisora un espacio en el que puedan escuchar su música favorita.
- ❖ Para las directivas del colegio es importante que la emisora cumpla con un objetivo pedagógico.
- ❖ Cuenta con la infraestructura y los recursos técnicos necesarios para las emisiones, esto basado en la capacidad económica de la institución.

A partir de esta pre-contextualización se inicia un proyecto de investigación, que busca analizar y proponer estrategias comunicativas basadas en un lenguaje pedagógico e institucional, que permitan el mejoramiento de los diferentes procesos de comunicación organizacional.

5. JUSTIFICACIÓN

El proyecto de investigación surge a partir de la necesidad de cumplir con un requisito de la Facultad, en donde se estipula la realización de prácticas profesionales en diferentes organizaciones durante el último año académico. Este grupo de trabajo escogió el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, por ser esta una Institución dispuesta a brindar el espacio y recursos necesarios para aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestra formación profesional, específicamente en el área de comunicación organizacional, donde se desempeñan funciones como:

- ❖ Contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- ❖ Utilizar la investigación como su principal herramienta.
- ❖ Definir estrategias para alcanzar los objetivos organizacionales.
- ❖ Facilitar, apoyar y promover una comunicación eficiente.
- ❖ Asegurar la congruencia entre lo que se dice a través de los distintos medios y entre los mensajes que se envían al exterior e interior de la organización.
- ❖ Utilizar todos los medios existentes.

Con base en los puntos mencionados anteriormente, se inicia el proceso de investigación en dicho Centro Educativo, donde se encontró, que a pesar de la existencia de procesos básicos en comunicación interna, externa y medios (administración de la información, desarrollo con la comunidad y producción de medios impresos y radiofónicos); no se ha estudiado la posibilidad de organizar estas tres grandes áreas de la comunicación en un Grupo que centralice dichos campos, entendiendo la centralización como “un atributo estructural de las organizaciones en las que una cantidad relativamente pequeña de líderes

controlan el poder de toma de decisiones”⁴, de ahí se evidencia la importancia de tener un equipo que dinamice la comunicación en la Institución; atendiendo toda esta realidad se propone constituir el Grupo de Comunicaciones y Publicaciones.

Esta propuesta se fundamenta en que actualmente un gran número de organizaciones han creado áreas o grupos especializadas en comunicaciones, entendiendo la palabra grupo como: “unidades funcionales importantes en las organizaciones, diseñados para ayudar a cumplir tareas específicas de la organización y a resolver algunos problemas importantes en la misma. Al trabajar en grupos, los miembros de la organización pueden compartir sus recursos individuales para lograr mucho más de lo que podrían lograr de manera individual”⁵; cuya función básica debe, antes que nada, contribuir al logro de los objetivos de la Institución, ser un apoyo para facilitar los procesos comunicativos y hacer que esta área sea responsabilidad compartida para cumplir efectivamente con las metas.

Para llegar al objetivo final, se requiere hacer un análisis de la funcionalidad de la comunicación en la institución y según los resultados de éste, definir el por qué, el para qué, el cómo, el cuándo y el dónde del nuevo Grupo de Comunicaciones y Publicaciones del Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz.

Otro tema fundamental que se debe tener en cuenta es el concepto de comunicación organizacional que es “el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella”⁶; y la comunicación humana que es “el vehículo primario a través del cual los miembros de la organización pueden ayudar a dirigir los

⁴ Kreps, Gary L. La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Addison-wesley Iberoamericana. 1995. página 189.

⁵ Kreps, Gary La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Addison-wesley Iberoamericana. 1995. página 190.

⁶ IBIDEM.

cambios de la misma, al influir en las actividades de otros individuos dentro de la organización”⁷; se puede decir que la base de este trabajo es llevar al **CENSPAZ** a ser una institución u organización funcional, en la que sea utilizada la comunicación como una herramienta fundamental para lograr que todos los procesos comunicativos llevados a cabo, tanto a nivel interno como externo, sean beneficiarios para el centro educativo y no un problema más que dificulte a su vez otros procesos.

Por lo anteriormente nombrado y partiendo de la premisa de que no es posible imaginar una organización sin comunicación, este grupo de trabajo toma la decisión de realizar este proyecto como monografía de grado.

⁷ IBIDEM.

6. MARCO TEÓRICO

Para iniciar cualquier proyecto de comunicación en una organización es importante desarrollar una labor de investigación, basada en los principales conceptos teóricos de comunicación organizacional, que son los que finalmente direccionan y evalúan la viabilidad del proyecto. En este caso se trata de la creación de un Grupo de Comunicaciones y Publicaciones en un Centro Educativo.

En este punto del trabajo se desarrollaran los conceptos de: comunicación, comunicación organizacional, comunicación interna y externa, medios internos, metodología de la investigación, entre otros. Para ello se recurre a diferentes autores y textos especializados que fundamentan la importancia que la comunicación tiene actualmente en una organización.

La comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño, por ello, actualmente se ha convertido en uno de los ejes centrales de una organización, ya que por medio de ella existe una mejor relación comunicativa. “la comunicación es el proceso social más importante, sin ella el hombre se encontraría aún en el primer escaño de su desarrollo y no existirían sociedad ni cultura⁸”. Otro concepto utilizado por los especialistas es definir la comunicación como: “un proceso o sistema integrado por varios subsistemas o componentes que interactúan entre si para producir como resultado el envío y la recepción de mensajes entre un ser humano (o varios) y

⁸ Fernández Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas. Segunda edición. México 2002. Capítulo 1 página 11.

otros. dichos subsistemas se conocen básicamente como: la fuente (o emisor), mensaje, canal (o medio) y receptor”⁹.

Desde la perspectiva de la comunicación como esencia de las relaciones y el desarrollo humano, no es posible desde ningún punto de vista imaginar una organización sin comunicación. De ahí nace un área específica de la comunicación: **la comunicación organizacional**. Aunque pudiera parecer extraño, la definición de la comunicación organizacional sigue siendo un tema de controversia, pese a que este campo conceptual y práctico, aunque es todavía joven, ya no es nuevo. En la segunda mitad de la década de los cuarenta y específicamente en Estados Unidos de América, el estudio de la comunicación en las organizaciones empezó a llamar la atención de un número creciente de investigadores. A partir de entonces se despertó un fuerte interés en el tema, lo que redundó en la aparición de una extensa bibliografía y en la proliferación de investigaciones de campo cuyo objetivo es analizar el impacto que ejercen diversas variables organizacionales sobre la comunicación y viceversa.

6.1. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El autor Carlos Fernández Collado, en su libro “La comunicación en las organizaciones” define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”. Estos mensajes circulan de diversas maneras, pueden transmitirse, por ejemplo, a través de canales interpersonales o de medios de comunicación sin importar su tecnología; pueden ser verbales o no verbales, utilizar la estructura formal de la organización o las redes informales, darse horizontal o verticalmente en la pirámide jerárquica, dentro de la organización o fuera de esta. También la entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los

⁹ IBIDEM. Capítulo 10 página 190.

miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.

Para dar una idea de la importancia y el alcance del proceso comunicativo en las organizaciones, existen unos postulados básicos:

- ❖ La comunicación es integral
- ❖ La comunicación es un sistema, que integra el recurso humano y técnico.
- ❖ La comunicación y la cultura organizacional¹⁰ están íntimamente relacionadas.
- ❖ La comunicación es una responsabilidad compartida

Habiendo definido el fenómeno de la comunicación, es necesario descubrir sus dimensiones de proyección: la comunicación organizacional no se produce, sólo a lo interno de la entidad, sino también con el entorno, por tanto, puede hablarse de comunicación interna (aquella que se efectúa entre los miembros de una colectividad laboral) y comunicación externa (la que tiene lugar desde la organización hacia su medio exterior y viceversa).

6.1.1. Comunicación Interna

“Es el conjunto de actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa, por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización”¹¹.

¹⁰ La cultura es un conjunto de significados compartidos que proporcionan un marco común de referencia y por tanto, patrones similares de comportamiento.

¹¹ IBIDEM Capítulo 1

Partiendo de la definición anterior esta división de la comunicación organizacional, busca en el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz:

- a) Propiciar que todos los integrantes del Centro Educativo reciban la información completa, confiable y oportuna sobre el entorno, la organización y el trabajo en cuanto a las funciones y responsabilidades que deben llevar a cabo; para esto es indispensable aprovechar los medios existentes (orales, escritos y electrónicos), procurando efectividad en sus contenidos ya que facilitan el flujo informativo.
- b) Promover la identificación de las directivas, docentes, coordinadores, alumnas y personal administrativo con la organización, y por tanto el orgullo y el sentido de pertenencia; ya que debido a la falta de difusión y de conocimiento se evidencia, que las personas apenas conocen lo que tiene que ver con su ámbito concreto de trabajo, ignorando cosas tan importantes como los objetivos, estrategias, planes institucionales, políticas, procedimientos y los elementos de la cultura corporativa (misión, visión, valores), los cuales hacen que todos los estamentos encuentren sentido, dirección y una serie de principios que sirven para orientar su acción y decisión.
- c) Favorecer la integración del **CENSPA** con y entre sus colaboradores, lo que implica mejorar la comunicación horizontal y vertical puesto que existen fallas en el proceso de emisión y recepción de la información, que manejan las diferentes jerarquías de la Institución, en este sentido la comunicación cumple con la función de propiciar el rompimiento de las barreras existentes entre las áreas y niveles, creando un clima de colaboración y apoyo para el cumplimiento de los objetivos comunes; siendo responsabilidad de la comunicación contribuir a que el Centro Educativo sea visto no como una serie de entidades aisladas, sino como un conjunto de interrelaciones e

interdependencias, utilizando la estrategia más sencilla pero a la vez la más difícil de aplicar, el trabajo en equipo.

- d) Por último, se debe crear una imagen favorable y consistente del Centro Educativo entre su público, esto se refiere a que todas las personas involucradas con el **CENSPA**Z tengan un concepto basado en la realidad y no en apariencias o buenas intenciones, es decir que todo lo que se proyecte como identidad corporativa, se aplique y se vea reflejado tanto al interior como al exterior de la Institución.

6.1.2. Comunicación Externa

Carlos Fernández Collado, entiende la comunicación externa como: “Es el conjunto de actos comunicativos dirigidos a públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, entre otros), con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización”.

Otro concepto para tener en cuenta es el citado por Cees Van Riel¹², quien propone Tres formas importantes de entender la comunicación externa en las organizaciones: la comunicación de marketing, la organizativa y la de dirección.

- ❖ La comunicación de marketing es el término general para cubrir publicidad¹³, promociones de venta, marketing directo, patrocinio, ventas personales, y otros elementos que contienen, principalmente, aquellas formas de comunicación que apoyan las ventas de bienes o de servicios. El **CENSPA**Z, encuentra en el marketing, la oportunidad de “vender” educación para niñas, cuyos padres buscan que sus hijas, reciban formación en valores cristianos como los

¹² Tomado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/cvanriel.html>

¹³ Mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

proyectados por la comunidad de las Hermanas de la Paz. A su vez el marketing para la institución es una herramienta que permite proyectar la imagen en cuanto a la calidad académica, formación en valores y los énfasis como una estrategia pedagógica diferente.

- ❖ La organizativa se ocupa de las relaciones: con las administraciones públicas, los inversores; la comunicación con el mercado de trabajo, la publicidad corporativa, la comunicación ambiental, y la comunicación interna. Todas sus manifestaciones están dirigidas a los públicos objetivos de la entidad, es decir, a los públicos con los cuales la organización tiene una relación interdependiente, normalmente indirecta. Van Riel afirma que en la práctica actual, puede definirse toda forma de comunicación utilizada por la organización fuera del campo de la comunicación de marketing, pues en muchas empresas, la mayoría de las formas de comunicación organizativa mencionadas, se encuentran dentro del marco de actividad del departamento de relaciones públicas¹⁴. Para el **CENSPA**Z es importante mantener buenas relaciones con sus públicos objetivos (estudiantes, docentes, padres de familia, comunidad, personal administrativo, entidades gubernamentales, entre otros), por ello los hace partícipes de las diferentes actividades de la institución para que se sientan vinculados con la misma.
- ❖ La comunicación de dirección incluye funciones de planificación, organización, mando, coordinación, y control, relativas a transmitir autoridad, y lograr la cooperación de los integrantes. En el Centro Educativo la rectora: Hermana Ángela Bustos es la primera autoridad del establecimiento, representante legal de la Institución y responsable de que su orientación, administración y funcionamiento propenda por el desarrollo integral del PEI a fin de lograr su

¹⁴ Actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.

misión, objetivos y metas propuestas. Como segunda instancia se encuentran: el Consejo Directivo es la instancia principal de participación de la comunidad educativa, órgano asesor y de colaboración de la rectoría para la buena marcha de la Institución y el Consejo Académico que es el órgano consultivo y asesor de la rectoría en la adopción del PEI, de las pedagogías, metodologías y didácticas en coherencia con el PEI.

6.1.2.1. La comunicación externa y los entornos de la organización

Para toda organización es importante fomentar y mantener buenas relaciones con el entorno¹⁵, aquella área donde la organización impacta y es impactada; para el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, por su vocación de servicio, busca estar siempre abierta a los requerimientos, necesidades y problemáticas pedagógico-sociales de la comunidad circundante, por lo tanto, su entorno se convierte en un espacio de oportunidades y desafíos que condiciona e influye en el funcionamiento de la Institución.

A continuación se describen los entornos a los que pertenece el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz:

Entorno social: abarca las actividades socioculturales y el apoyo a las iniciativas sociales como: campañas ecológicas, patrulla escolar, programas con sectores marginados, catequesis, programas con adultos mayores, prevención en salud, programas con discapacitados, campañas de solidaridad y cualquier actividad que necesite de la colaboración del Centro Educativo. Se asiste a las reuniones que lleva a cabo la Junta de Acción Comunal, la Parroquia, con miras a apoyar el trabajo del barrio desde una educativa pedagógico-cultural; se atiende a las invitaciones hechas por otras instituciones a participar en eventos de carácter

¹⁵ Conjunto de condiciones ambientales o fuerzas sociales, culturales, de costumbre, legales, políticas, tecnológicas, económicas, etc., que modifican una empresa u organización o influyen en ellas.

local, distrital y nacional, así mismo el colegio invita a otras instituciones para eventos de carácter pedagógico, pastoral y artístico. Este entorno es conformado por: Habitantes del Barrio Santander, localidad 15 (Antonio Nariño), parroquia Nuestra Señora de la Paz, Junta de Acción Comunal, como las más importantes.

Entorno institucional: comprende todos los grupos ligados al poder de decisión y representación, como las autoridades, el gobierno y toda entidad que tenga la capacidad de intervenir en el funcionamiento del Centro Educativo.

Entorno comercial: conformado por todas las personas que buscan acceder al **CENSPAZ**, como estudiantes, docentes, personal administrativo. Este entorno es muy importante y la comunicación externa le debe prestar un cuidado muy especial, por ser donde se crea el ambiente en la que vive y se desarrolla la institución; es decir construir la imagen que se quiere proyectar.

6.1.2.2 Imagen Corporativa

“La dimensión imagen afecta al diseño y gestión de las estrategias y políticas de la imagen interna, externa y global corporativa. Supone el diagnóstico de los estados de opinión de los públicos y de su contenido más o menos respecto a la calidad de la gestión, de sus productos y servicios, del funcionamiento de sus órganos, del comportamiento de sus hombres y de su apreciación por parte del mercado para fundamentar el diseño de políticas y estrategias en orden a la corrección de los aspectos negativos”.¹⁶

La imagen refleja la personalidad de la organización. Para el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz el escudo, la bandera y el himno son los principales elementos de identidad hacia los públicos internos y externos.

¹⁶ García Jiménez, Jesús. La Comunicación Interna. Ed Díaz de Santos Madrid 1998

El escudo: el escudo está dividido en cuatro partes iguales:

- ❖ Primer cuadrante: corresponde a la bandera de María La Reina de la Paz; dos franjas blancas horizontales, separadas por una franja azul. Esta bandera tradicionalmente la iglesia la ha levantado en los hogares católicos, para honrar a la Santísima Virgen María y como signo de que se acogen a su protección. En estandartes, procesiones y otros actos de culto Mariano.
- ❖ Segundo y Tercer cuadrante: el Ramo de Olivo, el sentido bíblico del Olivo, viene desde el Arca de Noé cuando la paloma mensajera regresa portando en el pico un ramo de Olivo, signo de la nueva vida prometida a la humanidad. También por tiempos milenarios las culturas del mundo lo han tenido como símbolo de sabiduría, gloria y paz.
- ❖ Cuarto cuadrante: el mundo con el mapa de Latinoamérica, con este signo se expresa el origen o inspiración primera del carisma de la paz. Fue una mirada de fe del fundador sobre la realidad vivida en aquel momento histórico en Colombia y el mundo. En el mundo la crisis, tensiones y depresiones de todo orden, desatadas a consecuencia de las guerras mundiales y en Colombia toda la violencia, miseria y dolor, desencadenadas a raíz de la violencia partidista del 9 de abril del 48; el Bogotazo que se vivió luego en todo el territorio colombiano y afecto muy especialmente los campos y a los sectores más pobres; generando en la zona rural el éxodo campesino y en la urbana el inicio de los cinturones de miseria y marginalidad de las grandes ciudades.

De esta manera, el Fundador pone bajo la protección de María la Reina de la Paz, su obra educativa, dedicada especialmente a los sectores más desfavorecidos económica, política, social y culturalmente, con la conciencia clara de que la Paz se construye desde la educación como obra de justicia, que hacer permanente y fruto del amor.

La Bandera: bandera Mariana, simboliza a María Santísima. Mujer que nos enseña a construir la Paz. Desde ella y como ella, estamos llamados a participar activamente en la historia de salvación de nuestro mundo. Como mujer del pueblo, primera elegida y madre, se constituye en pedagoga al entregarnos la vida en la persona de Jesús. Sus actitudes fortalecen e impulsan los anhelos de la paz, que se gestan en la historia, su aporte en la vida del pueblo es dinámico, profundo, trascendente, fiel a su Hijo, a sus hermanos, especialmente los más pobres y al llamado de la historia.

6.1.2.3. Los atributos de la imagen

Según el autor Jesús García Jiménez en su libro La Comunicación Interna, los atributos de la imagen son:

a) Imagen positiva/neutra/negativa

- ❖ positiva: implica una opinión y un juicio de valor más o menos favorables.
- ❖ Neutra: Implica una opinión y un juicio de valor ni favorables ni desfavorables.
- ❖ Negativa: Implica una opinión y un juicio de valor más o menos desfavorables.

El colegio desde su fundación ha logrado mantener una imagen favorable entre sus públicos, gracias al compromiso de brindar una educación integral y una formación en valores que son proyectados a través de la cotidianidad de cada una de las personas involucradas con la Institución.

b) Imagen difundida/no difundida

- ❖ Difundida: grado variable de su penetración en el tejido social.

- ❖ No difundida: puramente voluntarista y que no ha llegado en grado apreciable al tejido social.

El **CENSPA** se preocupa por difundir su imagen a través del servicio a la comunidad, siendo partícipes de cada uno de los proyectos que integran el sector como: campañas ecológicas, patrulla escolar, programas con sectores marginados, catequesis, programas con adultos mayores, prevención en salud, programas con discapacitados, campañas de solidaridad, entre otras. Esto contribuye a que el colegio se integre socialmente.

c) Imagen conocida/desconocida

- ❖ Conocida: percepción y valoración positiva o negativa, que los públicos internos tienen de la empresa y que manifiestan de un modo más o menos diferenciado. La imagen es en este caso el significado de una comunicación.
- ❖ Desconocida: ausencia o manifestación indiferenciada de la opinión.

Las Directivas se preocupan porque todos los miembros del Centro Educativo tengan sentido de pertenencia y así den a conocer los beneficios que brinda el **CENSPA** entre los públicos externos.

Imagen coherente/incoherente

- ❖ Coherente: imagen de un segmento de los públicos internos, que tiende a coincidir con la de otro.
- ❖ Incoherente: la imagen de un segmento se muestra consistente y claramente diferenciada respecto a la de otro.

d) Imagen única/doble

- ❖ Única: la imagen, en cuanto positiva y negativa, es compartida en el seno de un mismo público, en alto grado.
- ❖ Doble: coexistencia de imágenes positiva y negativa en grado muy significativo y en el seno de un mismo público.

e) Imagen arraigada/sin arraigar

- ❖ Arraigada: resulta por parte del cliente de su experiencia histórica y de un alto grado y duración de su fidelidad.
- ❖ Sin arraigar: resulta, por parte del no cliente, o del cliente, de su escasa experiencia o de su precaria o reciente fidelidad.

La imagen de la Institución es arraigada, pues se evidencia la confianza que los padres de familia depositan en el colegio para la educación de sus hijas y esto en gran parte se refleja en la trayectoria y credibilidad que el **CENSPA** tiene como institución educativa.

f) Imagen controlada/incontrolada

- ❖ Controlada: la imagen corporativa, definida por los documentos fundacionales e institucionales y por la alta dirección de la entidad, no difiere sustancialmente de la imagen que tienen de ella los públicos y los medios de comunicación.
- ❖ Incontrolada: las imágenes mencionadas difieren sustancialmente.

El **CENSPA**Z tiene en el PEI su fortaleza para crear una imagen favorable, puesto que este se basa en una educación que integra los valores cristianos con una excelente formación académica que finalmente es proyectada a la sociedad por sus públicos internos.

6.1.2.4. Elementos que definen a la empresa

Los elementos que definen a la empresa son la identidad, filosofía, personalidad, diseño y cultura corporativa.

- a) Identidad: son las características y rasgos esenciales de la empresa, tal como aparecen en los escritos fundacionales y que en el transcurso de su historia han perpetuado las fuentes institucionales, el comportamiento corporativo y la alta dirección. La identidad corporativa supone una fidelidad a la esencia y a la tradición del buen hacer de la compañía.

La identidad para el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz se refleja en una educación encaminada a la convivencia armónica cimentada en la fe y el amor, de innovación pedagógica que investiga y busca la verdad, que educa en valores y en autonomía con compromiso liberador, hacia la transformación de la realidad, donde se pueda vivir la justicia, la paz y la esperanza.

- b) Filosofía: es la “razón de ser” de la empresa. El conjunto de las razones y principios básicos, que inspiran sus acciones: los “porqués” y los “ para qué”. Responde a la “misión” encomendada por sus fundadores y en ocasiones consta por escrito en unas líneas que todos los empleados deben conocer.

Para el **CENSPA** la filosofía institucional consta de misión, visión y valores.

Misión: el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, brinda una educación en los niveles de básica y mediana vocacional a través de tres énfasis: pedagógico, artístico y comercio, enmarcados en un modelo cognitivo-constructivista. De acuerdo con las actuales condiciones socioeconómicas nacionales y mundiales se busca formar personas comprometidas, competentes y transformadoras de la historia en la consolidación de una convivencia en paz a la luz del evangelio, con un proyecto de vida ético y profundo sentido de justicia social.

Visión: el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, mediante su propuesta pedagógica busca responder a las exigencias económicas, sociales y culturales de la Colombia del siglo XXI, formando a la luz del Evangelio, cristianos comprometidos en la construcción de la Paz; inspirados en los principios del fundador el padre Bernardo Sánchez Muñoz.

Valores: los valores que dinamizan la convivencia son: DIGNIDAD, RESPETO, JUSTICIA, IGUALDAD, HONESTIDAD, SOLIDARIDAD, FRATERNIDAD, LIBERTAD Y PAZ.

- c) Personalidad: es el conjunto de los rasgos concretos, que hacen a cada empresa ser ella sola, única e individual, claramente diferenciada del resto de las empresas. La personalidad es la que lleva a la empresa, dentro del sector, a ocupar un segmento específico del mercado y a definir objetivos, políticas y estrategias que tratan de ser exclusivas.

Lo que hace único y diferente al **CENSPAZ** es su modelo pedagógico que brinda una educación en los niveles de básica y mediana vocacional a través de tres énfasis: pedagógico, artístico y comercio, enmarcados en un modelo cognitivo-constructivista.

d) Diseño: es la normalización de los signos (símbolo, logotipo, colores, tipografía corporativa y formas expresivas básicas) que actúan como identificadores visuales de la identidad y personalidad de la empresa.

e) Cultura: es el conjunto de ideas, creencias, valores, normas no escritas, actitudes y pautas de conductas creados, arraigados, asumidos y compartidos por las personas que forman la empresa hasta el punto de constituir sistemas de referencia estable y llegar a definir y a hacer predecible su forma de ser y de actuar.

6.1.3. Medios de comunicación Interna

Las empresas contemporáneas utilizan con frecuencia creciente las técnicas de autoedición (creación de sus propios medios) en su propósito de gestionar directamente sus políticas de información interna. Para ello es preciso aplicar las técnicas profesionales de la creación de textos y/o medios de información para responder a las exigencias informativas de la organización.

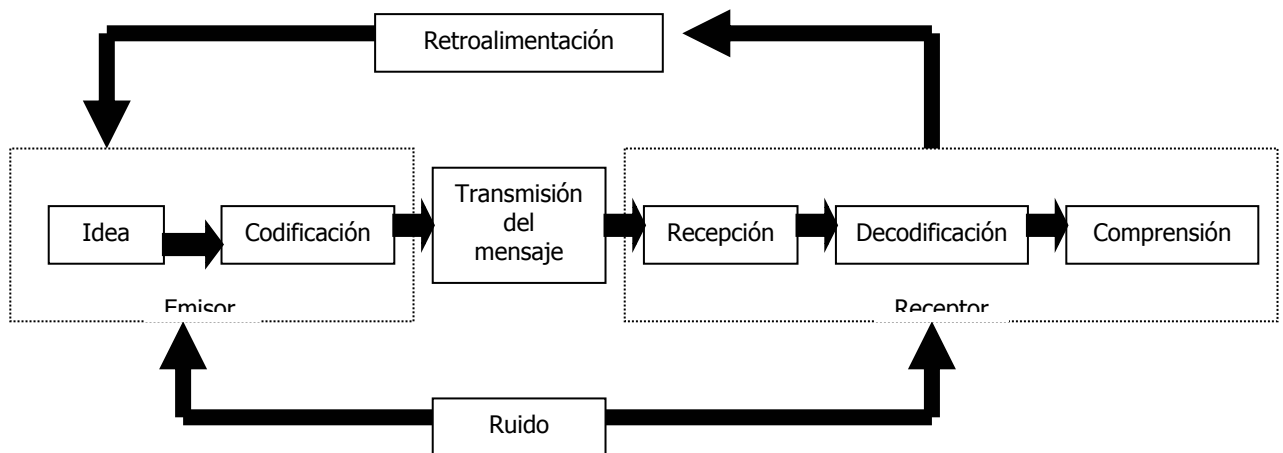
6.1.3.1. El proceso de comunicación

Para el autor Harold Koontz el proceso de la comunicación involucra al emisor, la transmisión de un mensaje por medio de un canal seleccionado y al receptor, el cual debe comprenderla. El proceso de la comunicación empieza en el emisor, quien codifica una idea que envía en forma oral, escrita, visual o de otra especie al

receptor. El receptor debe estar preparado para recibir el mensaje, a fin de que pueda decodificarlo y convertirlo en ideas obteniendo una interpretación de lo que el emisor desea comunicar. La información se transmite por un canal que une al emisor con el receptor. El mensaje puede ser oral o escrito, y se le puede transmitir por medio de un memorándum, una computadora, el teléfono, un telegrama o la televisión. Esta última también permite, desde luego, la transmisión de gestos y otras señales visuales.

Finalmente la comunicación no es completa si no es comprendida. La comprensión debe estar presente tanto en la mente del emisor como del receptor. Lamentablemente, la comunicación se ve afectada por el “ruido”, todo aquello que (ya sea que este presente en el emisor, transmisión o el receptor) entorpece la comunicación.

El proceso de comunicación finaliza cuando una persona recibe retroalimentación ya que esto comprueba la eficacia de la comunicación.



Un canal de comunicación es el medio que se utiliza para transmitir un mensaje, el camino o instrumento por donde éste viaja y conecta a la fuente con el receptor. El canal, más conocido como “medio”, vincula cuatro elementos principales:

- ❖ Una fuente que lo usa para enviar un mensaje a un destinatario
- ❖ Un mensaje que es enviado a través de él
- ❖ Un destinatario que lo utiliza para recibir un mensaje que le fue enviado
- ❖ Una reacción del receptor denominada retroalimentación

En las organizaciones, las personas que trabajan en ellas disponen de diversos medios para establecer procesos de comunicación con otras personas, sean éstas de la misma organización o de otras. Dichos medios se pueden clasificar de diversas maneras: “**a)** Hardware, depende de una fuente de energía eléctrica o mecánica para su funcionamiento: Televisión, computadoras, teléfono y radio, entre otros y **b)** Software, depende de las capacidades y habilidades para comunicarse con los individuos implicados: hablar, escuchar y escribir; por ejemplo, cartas, memorandos, manuales, folletos, circulares, discursos, reuniones administrativas, etc”.¹⁷ Algunos de los medios más utilizados son:

¹⁷ Fernández Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas. Segunda edición. México 2002. Capítulo 10 Pág. 194

- ❖ Teléfono
- ❖ Dictado telefónico
- ❖ Fax
- ❖ Correo electrónico
- ❖ Internet e Intranet
- ❖ Teleconferencias
- ❖ Videos y películas
- ❖ Radio
- ❖ Memorandos, cartas
- ❖ Eventos
- ❖ Buzón de opiniones
- ❖ Tableros de noticias y avisos
- ❖ Reportes escritos
- ❖ Manuales
- ❖ Boletines Informativos
- ❖ Revistas y periódicos internos
- ❖ Circulares y panfletos
- ❖ Instructivos
- ❖ Altavoces
- ❖ Entrevistas formales e informales
- ❖ Discursos
- ❖ Reuniones formales e informales
- ❖ Carteles
- ❖ Publicidad

Todo sistema de medios combina las tecnologías con las necesidades de comunicación de la organización, apoya a la dirección para ejercer un liderazgo efectivo y permite que el personal tenga acceso a la información que requiere para trabajar de manera inmediata. Los medios son buenas herramientas formales para apoyar el intercambio humano, así como las actividades productivas, operativas y de administración.

Editar o producir medios de alta calidad es una inversión con un retorno muy importante en la capacidad del equipo humano.

6.1.3.2. Beneficios de un sistema de medios internos

- ❖ Los medios hacen una comunicación formal por la cual todo el personal es informado de sus responsabilidades, prácticas y procedimientos. Para lograr esto en el **CENSPAZ** es conveniente realizar y dar a conocer un manual que contenga las funciones de todos los estamentos de la Institución, con el fin de evitar procedimientos que perjudiquen los objetivos del Centro Educativo.
- ❖ Permiten obtener, por retroalimentación, un panorama claro de la organización. Desafortunadamente los medios se han convertido exclusivamente en una fuente de información, donde sólo existe un emisor que habla y un receptor que escucha; pero, el verdadero objetivo de la existencia de los medios como un canal de comunicación es que dos o más seres o comunidades humanas, intercambiaran y compartieran experiencias, conocimientos y sentimientos. Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecerían relaciones entre sí y pasarían de la existencia individual aislada a la existencia social

comunitaria. En el **CENSPAZ**, se pretende que los medios existentes se conviertan en un espacio que integre a toda la comunidad de la Institución, promoviendo el intercambio de pensamiento, cultura, generaciones, información, entre otros, con el fin de darle a todos la oportunidad de ser emisores y receptores.

- ❖ Efectivos para sondear o diagnosticar a la organización. En el Centro Educativo, los medios internos sirven en sí mismos para evaluar y hacer una crítica sobre los procesos de comunicación que actualmente operan, esto se ve desde el diseño de una página hasta el contenido que se expresa en los periódicos y los programas de radio, donde se pretende integrar la filosofía institucional con el accionar de los medios.
- ❖ Documentan los aportes del personal. Los medios internos del **CENSPAZ** pretenden abrir espacios de participación para toda la comunidad. Para esto es importante concretar un grupo base que se encargue de difundir, convocar y producir los diferentes medios para el uso de la Institución.
- ❖ Mantienen un flujo adecuado de información
- ❖ Conservan el rumbo del grupo hacia el logro de los objetivos de la organización. En el **CENSPAZ** el grupo encargado de realizar los medios debe cumplir ante todo con los objetivos y/o filosofía institucional
- ❖ Evitan la prevalencia del rumor como medio de comunicación, por ello es importante tener conductos regulares y medios oficiales que permitan el correcto flujo de información.

6.2. LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE LA EDUCACIÓN

Es bueno, aclarar cómo es visto el concepto de educación y su relación con las prácticas de comunicación. Al respecto Juan Díaz Bordenave en su ponencia Las Nuevas pedagogías y tecnologías de la educación dice: “Cuando hacemos comunicación, estamos siempre buscando, de una u otra manera, un resultado educativo. Decimos que producimos nuestros mensajes “para que el pueblo tome conciencia de su realidad, para suscitar una reflexión o para generar una discusión”. Concebimos, pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación, como alimentadores de un proceso educativo transformador”. .

6.2.1. Los tres modelos de educación

Para Díaz Bordenave se puede agrupar la educación en tres modelos fundamentales:

- a) Educación que pone el énfasis en los contenidos: corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la elite “instruida” a las masas ignorantes.
- b) Educación que pone el énfasis en los efectos: corresponde a la llamada “ingeniería del comportamiento” y consiste esencialmente en “moldear” la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos.
- c) Educación que pone el énfasis en el proceso: destaca la importancia del proceso de transformación de las personas y las comunidades. No se

preocupa tanto de los contenidos a ser comunicados ni de los efectos en término de comportamiento, sino de la interacción entre las personas y su realidad, del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social.

El Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz aplica los dos últimos modelos descritos anteriormente, los cuales se reflejan en el Proyecto Educativo Institucional (P.E.I.) con los siguientes parámetros:

6.2.2. Fundamentación educativo-pedagógica

La educación se entiende como un proceso integral que abarca todas las dimensiones de la persona, cuyo objetivo es la creación progresiva de la cultura de la paz expresada en capacidad fraterna, perdón, reconciliación creando así espacios para la convivencia y el respeto a los derechos de la persona.

La educación debe ofrecer condiciones para el conocimiento de sí mismo, de los otros, del entorno y del mundo.

Presupuestos sobre las acciones educativas

- a)** La educación es un proceso permanente en el ser humano, que tiene por objeto la reproducción de la sociedad, y su mejoramiento de calidad humana en todos los aspectos.
- b)** El ser humano se educa para vivir y como su vida transcurre en espacios y tiempos determinados, la educación implica una contextualización permanente que determina su oportunidad y validez.

- c) Educar para la vida significa potenciar en el sujeto su capacidad de establecer relaciones productivas, en su dimensión humana, socio-política, económica y cultural.
- d) Educarse para la vida significa construcción de futuro, en el presente que se vive.

6.2.3. La investigación pedagógica

El **CENSPAZ** asume la investigación como proceso donde el sujeto aborda desde diversas perspectivas el conocimiento para construir y reconstruir verdades y desde esa visión participa en la transformación de la realidad. Este Centro Educativo como comunidad educativa, reconoce como eje de su acción cotidiana, el establecimiento de una cultura de la investigación, la cual parte de la concepción del ser humano como un individuo a quien le es inherente el interés por el conocimiento, de esta manera el proceso es asumido desde dos aspectos:

- ❖ Desde la actitud del docente quien teniendo como base el educar con el ejemplo, debe propiciar procesos de reflexión y por tanto de transformación permanente de sus prácticas, explorando en nuevos contextos, reinventando objetivos de aprendizaje y cualificando su relación con la comunidad y el conocimiento.

Desde las aulas se pretende por el fomento de una actitud científica caracterizada por el amor por el saber, la capacidad de cuestionar, así como el desarrollo de competencias productivas, creativas y críticas.

Finalmente, este marco teórico se convierte en la base del proyecto de investigación para solucionar los problemas de comunicación del **CENSPAZ** y crear de la manera más adecuada el Grupo de Comunicaciones y Publicaciones,

que es el objetivo primordial de este proyecto de grado. La teoría anteriormente citada será aplicada a la situación actual del Centro Educativo con el fin de sustentar la viabilidad y necesidad de ejecutar esta propuesta.

7. FASES DEL PROYECTO

7.1. FASE INICIAL

En esta fase se realizó el proceso de investigación necesario para llegar a identificar el problema comunicativo. Se dividió en los siguientes pasos:

- ❖ Recolección de la documentación institucional: Inicialmente se revisó el Proyecto Educativo Institucional que contiene todos los lineamientos pedagógicos del **CENSPA**Z para contextualizar el proyecto con la realidad del colegio. Posteriormente la investigación se enfocó en los procesos comunicativos del colegio, evaluando cada uno de los medios que existen y el manejo de la comunicación interna y externa; registrando las debilidades que impiden el buen funcionamiento de la comunicación en la Institución.
- ❖ Lectura y análisis para determinar el foco del problema: Una vez analizada la información, se determinó que el colegio conoce y aplica el concepto de comunicación, pero aún no se le ha dado la suficiente importancia por falta de un manejo profesional. También se llegó a esta conclusión después de un seguimiento realizado a través de la observación como método de investigación que permitió definir los comportamientos comunicativos existentes dentro del Centro Educativo.

Para fundamentar y registrar los métodos de investigación elegidos para este proyecto, se hace uso del DOFA para diagnosticar el estado actual de la comunicación en el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, y de esta manera focalizar el problema y plantear la solución más adecuada.

7.1.1. Dofa

DOFA	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	1. Falta organización para el manejo de la información y de los medios. 2. Los mecanismos de comunicación interna no son lo suficientemente efectivos. 3. No existe un proyecto de comunicaciones establecido. 4. Las funciones relacionadas con la comunicación no cuentan con un responsable. 5. La comunicación no es entendida como un concepto organizacional. 6. La acústica no favorece la recepción de los programas de la emisora. Provoca ruido.	1. Existen medios de comunicación interna. 2. Cuentan con los recursos básicos para el desarrollo de los medios. 3. Se dan espacios de participación en la realización de los medios. 4. Existe trabajo en equipo. 5. Apoyo a la proposición de nuevas ideas. 6. Se ve la necesidad de mejorar los procesos de comunicación.
OPORTUNIDADES	O/D	O/F
1. Buena relación de la Institución con su entorno. 2. Programas de desarrollo con la comunidad. 3. Vinculación de la Institución con el programa de prácticas de las facultades de Com. Social	3/1,2,3,4,5 Creación de un Grupo de Comunicaciones y Publicaciones.	3/1,2,5,6 Vincular nuevos practicantes de comunicación social.
AMENAZAS	A/D	A/F
1. El Ministerio de Educación, representante del Gobierno Nal.		Implementar un proyecto de comunicaciones que optimice la calidad de la Institución.

7.2. FASE OPERATIVA

7.2.1. Diagnóstico Comunicativo

Para hacer gestión en comunicación es preciso fundamentarla en un conocimiento riguroso de la situación en la que se encuentra el **CENSPAZ**, con el objetivo de fundar un diagnóstico correcto. Para ello se requiere:

- ❖ Identificar las principales necesidades en materia de comunicación del Centro Educativo.
- ❖ Identificar el estado de opinión de los públicos internos, respecto al funcionamiento de las diferentes áreas y servicios con los que cuenta la Institución, con el fin de proponer ajustes, refuerzos, estrategias de gestión o innovaciones que sirvan para el mejoramiento de la comunicación en el **CENSPAZ**.

La comunicación organizacional se divide en dos áreas: comunicación interna y externa. Para efectos del proyecto este grupo de trabajo adopta estos conceptos y agrega una tercera área importante para El Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, la de los medios de comunicación. A continuación se hará una descripción del estado actual de cada una de ellas.

7.2.1.1. Comunicación Interna

“La comunicación interna es un recurso gerenciable en orden a alcanzar los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa. La comunicación interna no es un fin, sino un

medio y una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que hoy vincula a los hombres con las organizaciones”.¹⁸

7.2.1.1.1. Flujos de comunicación interna

Estos configuran, alimentan y retroalimentan el circuito de la información/comunicación efectiva.

Flujo de Información

Los flujos de información son los canales establecidos para que toda la información llegue a cada una de las personas que laboran en una organización.

Dentro del Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz la información que se maneja, corresponde a dos aspectos fundamentales: **académica**, se refiere a todos aquellos aspectos relacionados con los procesos pedagógicos dirigidos a cada uno de los organismos y miembros de la comunidad. La información está dirigida hacia los docentes, se centraliza en el consejo académico, cuyos integrantes la divulgan a cada uno de los miembros de las áreas, ejerciendo desde allí la evaluación y el control. El segundo aspecto es la parte **administrativa**, que busca la optimización de los recursos existentes. La información administrativa procedente ante todo de los consejos de hermanas directivo y académico es suministrada en forma directa; a través de medios orales y escritos. En ambos casos los criterios fundamentales para emitir comunicados son la veracidad, comprendida como la transparencia de la información y la inmediatez, es decir la comunicación rápida y directa.

En cuanto a los padres de familia la información se centra en el boletín de resultados, se implementa una permanente comunicación a través de circulares,

¹⁸ García Jiménez, Jesús. La Comunicación Interna. Ed. Díaz de Santos Madrid 1998

en las cuales se especifican las decisiones y situaciones que afectan la vida institucional.

En términos generales la congregación de hermanas de Nuestra Señora de la Paz, asegura una información permanente y siempre buscando la identidad de constructores de paz.

Flujo de trabajo

Es toda la información relacionada con las funciones que debe cumplir cada persona dentro de la organización, ésta debe estar contenida en un manual de funciones.

En el **CENSPA** no existe un documento que sea conocido por el personal como manual de funciones, pero dentro del PEI se describen las labores que debe desempeñar cada estamento de la Institución.

Flujo de Materiales

Son los medios que permiten saber con qué cuenta la organización para ofrecer el servicio, en este caso la educación.

En el Proyecto Educativo Institucional del **CENSPA** se consignan los criterios que utiliza la Institución para la administración de infraestructura y materiales; estos son:

- ❖ Claridad respecto a las condiciones de uso racional, distribución, seguridad y mantenimiento de los espacios físicos.

- ❖ Búsqueda de coherencia entre el número de estudiantes, el ideario educativo, el uso de los espacios y la dotación desde las condiciones socio económicas del **CENSPA**.
- ❖ Evaluación periódica del estado y uso de la planta física con el fin de organizar programas y estrategias para su adecuación y mantenimiento.

Para asegurar que los espacios sean empleados adecuadamente, y para lo que fueron destinados, se tienen horarios especiales para su utilización. Existe una persona encargada de dichos sitios, la cual vela por su cuidado y mantenimiento, igualmente para que sean aprovechados óptimamente.

Flujo de Dinero

Información financiera de toda la organización. En la Institución se lleva un control sobre los activos fijos (propiedad, planta y equipo), adquiridos con los excedentes de los ejercicios y de las inversiones realizadas en el periodo fiscal; dichas inversiones comprenden la compra de equipos, mejoras y adecuación de las instalaciones, para prestar un mejor servicio a la comunidad educativa. Para la preparación y presentación de los estados financieros, el colegio realiza informes mensuales, que son registrados en la contabilidad en el periodo según los principios de contabilidad generalmente aceptados.

7.2.1.1.2. Flujo de comunicación en la organización

En una organización efectiva, la comunicación fluye en varias direcciones: horizontal (entre personas de iguales o similares niveles organizacionales), descendente (solo fluye hacia abajo), ascendente (parte del subordinado). Harold Koontz en su libro “Administración, una perspectiva global” define los tipos de comunicación de la siguiente manera:

7.2.1.1.2.1 Comunicación Descendente

La comunicación descendente fluye de personas en los niveles superiores a personas en los niveles inferiores de la jerarquía organizacional. Entre los tipos de medios empleados para la comunicación descendente oral están instrucciones, discursos, reuniones, el teléfono, altavoces. Son ejemplos de comunicación descendente escrita los memorándums, cartas, manuales, folletos, declaraciones de políticas, procedimientos y presentaciones electrónicas de información.

En el Centro Educativo el flujo descendente de información es lento, a pesar de que se hace uso de los recursos orales y escritos mencionados anteriormente, no siempre se garantiza que las ordenes o la información se comprenda en su totalidad, por lo que es conveniente contar con un sistema de retroalimentación para determinar si la información es percibida tal como lo propone el emisor.

7.2.1.1.2.2. Comunicación Ascendente

La comunicación ascendente circula de subordinados a superiores y continúa su ascenso por la jerarquía organizacional. Este flujo suele verse obstaculizado por personas que filtran los mensajes y no transmiten a sus jefes toda la información. No obstante, la transmisión objetiva de información es esencial para llevar a cabo el control de la organización.

La comunicación ascendente, suele estar presente en ámbitos organizacionales participativos y democráticos. Los medios mas utilizados para la comunicación ascendente son los sistemas para la presentación de sugerencias, los procedimientos de conciliación, los sistemas de presentación de quejas, las sesiones de asesoría, las reuniones grupales, entre otros.

El **CENSPA** se preocupa por recolectar toda la información que permita evaluar y mejorar el funcionamiento de la Institución, para ello se utilizan diversas herramientas como las encuestas principalmente; las reuniones son fundamentales en el Centro Educativo porque allí se pueden expresar todas las inquietudes y opiniones que se tengan sobre algún tema en específico. En cuanto a las alumnas y personal administrativo el colegio maneja un conducto regular para el flujo de la información que permite la solución de inconvenientes según la gravedad de los mismos, para evitar que todos los problemas lleguen a los mandos superiores, en este caso la rectoría.

“Para que la comunicación ascendente sea eficaz es necesario que existan condiciones en las que los subordinados se sientan libre de comunicarse”.¹⁹

7.2.1.1.2.3. Comunicación Cruzada

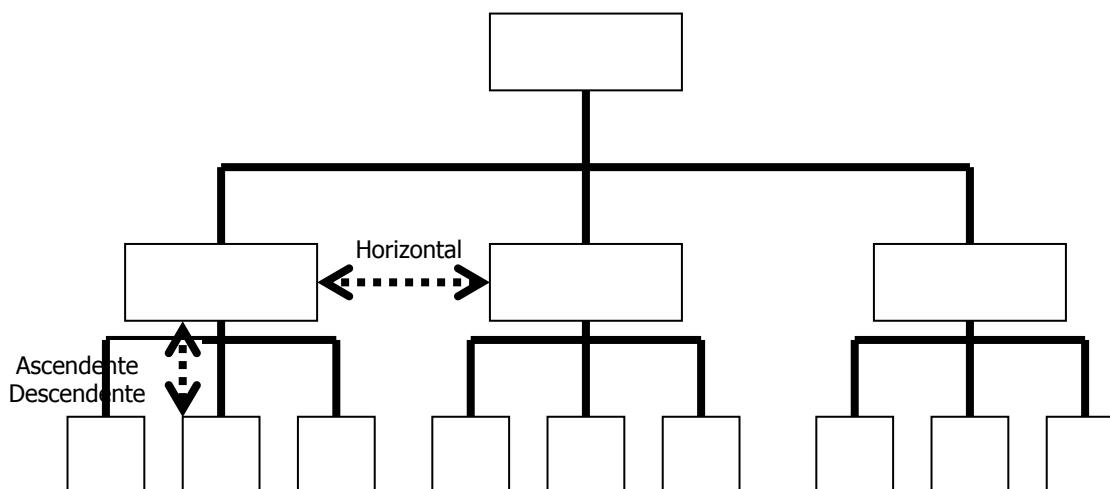
La comunicación cruzada incluye el flujo horizontal de información, entre personas de iguales o similares niveles organizacionales. Este tipo de comunicación sirve para acelerar el flujo de la información, procurar una mejor comprensión y coordinar esfuerzos para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

El ámbito organizacional ofrece numerosas oportunidades de comunicación oral. Estas van desde las reuniones informales como las horas de la comida hasta sesiones formales y reuniones de consejos y comités. Este tipo de comunicación también ocurre cuando miembros de diferentes departamentos se agrupan en equipos u organizaciones de proyectos. Las formas escritas de comunicación mantienen informado al personal acerca de la organización. Estas formas escritas incluyen el periódico o revista de la empresa y los tableros de información.

¹⁹ Koontz, Harold. Administración una perspectiva global. Ed. Mc Graw Hill México 1998

La Institución aplica el concepto de comunicación horizontal anteriormente mencionado, ya que cuenta con medios impresos que informan la actualidad de los diferentes proyectos que aquí se llevan a cabo. El tablero informativo es el medio de comunicación más importante para los docentes ya que allí se exponen las actividades del día. En cuanto a los medios orales, hacen uso de las reuniones por áreas, proyectos, grupos, entre otros que permiten compartir y actualizar la información necesaria para el buen funcionamiento de estos grupos. Además existe un espacio en el día donde todo el personal administrativo comparte un refrigerio, permitiendo que este momento sea un encuentro informal donde se intercambia diversa información.

A continuación se describe gráficamente los flujos de información en una organización según el autor Harold Koontz.



7.2.1.2. Comunicación Externa

En el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz la comunicación externa no cuenta con estrategias adecuadas que permitan una proyección completa de su imagen. La Institución considera que el recurso más importante es mantener las

relaciones con la comunidad o como se llamó anteriormente “entorno”; dejando de lado elementos tan importantes para la comunicación externa como el diseño de identidad corporativa, medios orales y escritos que difundan la filosofía, cultura y personalidad institucional. Tal situación probablemente se presenta porque la comunidad educativa confía en que sus alumnas son el mejor recurso para transmitir la información específica de la Institución.

7.2.1.2. Medios de Comunicación Interna

El **CENSPA** cuenta con espacios en los que se desarrollan medios de comunicación escritos y sonoros que sirven para la formación académica de las estudiantes y de herramienta pedagógica para los docentes, siendo estos los principales instrumentos para la difusión de la información.

7.2.1.2.1. Periódico Pisadas

Publicado por el área de Español y Lengua Castellana trimestralmente, cuenta con:

- ❖ Participación en la redacción y diseño por parte de alumnas y maestros motivados por el área.
- ❖ Cada edición tiene un diseño diferente
- ❖ Las alumnas de preescolar tienen una sección especial hecha por ellas.
- ❖ Pisadas es un elemento pedagógico para el área de español, ya que es utilizado en clase para evaluar conceptos pertenecientes a esta materia.
- ❖ Cumple con la estructura coherente para la realización de cualquier medio impreso.
- ❖ No se utiliza la identidad corporativa de la Institución.
- ❖ El tamaño en el que se imprime el periódico no es de fácil manipulación, teniendo en cuenta el público al que va dirigido.

- ❖ No tiene un formato definido para todas sus ediciones, el cual haga más fácil su reconocimiento.
- ❖ La editorial está a cargo de los maestros de la Institución.
- ❖ La tipografía elegida no es legible.
- ❖ La sección tejiendo inspiraciones está recargada de imágenes que no permiten la lectura de los textos.

7.2.1.2.2. Boletín Comuniquémonos:

Realizado mensualmente por el grupo de comunicaciones del P.E.I. su objetivo es:

- ❖ Dar a conocer el P.E.I. a todos los estamentos de la comunidad educativa, su desarrollo, avances, ajustes y propuestas de mejoramiento.
- ❖ Comunicar el pensamiento de los docentes, sus aportes, proyectos, experiencia innovadoras y acciones pedagógicas para la cualificación del desarrollo del P.E.I.
- ❖ Favorecer y propiciar en la comunidad educativa el uso de la palabra oral y escrita con el fin facilitar la participación de todos los miembros de la comunidad.

“Comuniquémonos” es un canal de comunicación que recibe las inquietudes sobre el desarrollo del P.E.I. y da a conocer los aportes pedagógicos de los miembros de la comunidad que enriquezcan el desarrollo del P.E.I.

7.2.1.2.3. Boletín de Inglés

Es realizado por las estudiantes y asesorado por el área de Idiomas, su único objetivo es afianzar los conocimientos de esta lengua extranjera.

7.2.1.2.4. Folletos Informativos

Este medio contiene información sobre filosofía institucional, procesos pedagógicos, gobierno escolar, estrategia académica, estrategia administrativa, desarrollo de las estudiantes, del personal y de la comunidad para dar a conocer el funcionamiento de la institución.

7.2.1.2.5. Emisora Institucional

Dirigida por las estudiantes que pertenecen al taller de comunicaciones y bajo la asesoría del profesor de esta lúdica.

- ❖ Las emisiones que no son diarias, se realizan durante el segundo descanso por un periodo de 15 minutos.
- ❖ Los temas tratados durante la emisión son propuestos por las alumnas encargadas, ya que es visto como un espacio para la libre expresión.
- ❖ Las alumnas encuentran en la emisora un espacio en el que puedan escuchar su música favorita.
- ❖ Para las directivas del colegio es importante que la emisora cumpla con un objetivo pedagógico.
- ❖ Cuenta con la infraestructura y los recursos técnicos necesarios para las emisiones, esto basado en la capacidad económica de la institución.

7.2.1.3. Organigrama Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz

“Los organigramas son representaciones gráficas y sintéticas de la “anatomía” (posición, relación, estructura y funciones) y de la “fisiología” (procesos e interacción dinámica de las organizaciones)”.²⁰

²⁰ García Jiménez, Jesús. La Comunicación Interna. Ed. Díaz de Santos Madrid 1998

7.2.1.3.1. Funciones

A continuación se describen las funciones de los estamentos más importantes del **CENSPA**:

Rector

Es la primera autoridad del establecimiento, representante legal de la institución y responsable de que su orientación, administración y funcionamiento propenda por el desarrollo integral del PEI, a fin de lograr su misión, objetivos y metas propuestas.

Consejo Directivo

Esta instancia está conformada por:

- ❖ La rectora, quien lo preside
- ❖ Coordinadora básica primaria
- ❖ Representante administrativa
- ❖ Dos representantes de los padres de familia (uno por cada nivel)
- ❖ Dos representantes de los profesores (uno por cada nivel)
- ❖ Un representante de las estudiantes (de los grados 10 a 11)
- ❖ Una representante de las exalumnas

El Consejo Directivo, asume la gran responsabilidad de dirigir y motivar hacia el desarrollo de las políticas educativas en coherencia con el espíritu de la Ley General, dedicar para ello tiempo, empeño en el trabajo, asumiendo su responsabilidad y garantizar la identidad de la obra.

Sus funciones son:

1. Tomar las decisiones que afecten el funcionamiento de la institución
2. Servir de instancia para resolver los conflictos que se presenten entre docentes y administrativos con los alumnos del establecimiento educativo.
3. Adoptar el manual de convivencia y el reglamento de la institución.
4. Asumir la defensa y garantía de los derechos de toda la comunidad educativa.
5. Participar en la planeación y evaluación del PEI, del currículo y del plan de estudios.
6. Estimular y controlar el buen funcionamiento de la Institución.
7. Establecer estímulos y sanciones para el buen desempeño académico y social del alumno.
8. Fomentar la conformación de asociaciones de padres de familia y de estudiantes.
9. Reglamentar los procesos electorales.
10. Darse su propio reglamento.

Consejo Académico

Sus funciones son:

1. Ser un grupo de reflexión interdisciplinario contribuyendo a la revisión y apropiación del PEI.
2. Servir de órgano consultor del Consejo Directivo de la organización.
3. Propiciar un continuo estudio del currículo y del plan de estudio.
4. Contribuir a la discusión, reflexión y precisión de los criterios del PEI.
5. Dinamizar los procesos académicos de las diferentes instancias educativas.
6. Colaborar en la adopción de pedagogías, metodologías y didácticas en coherencia con el PEI.
7. Contribuir en la implementación y supervisión de los procesos generales de evaluación.

8. Atender las inquietudes, dificultades y sugerencias de los estudiantes en el desarrollo de su proceso académico.
9. Participar activamente en la evaluación institucional.

Estructuras de organización, comunicación y participación.

Coordinación académica: es la instancia encargada de incentivar, motivar y dinamizar el quehacer pedagógico de maestros y estudiantes en cumplimiento del currículo y plan de estudios. Depende de la rectoría, y debe trabajar en estrecha colaboración con ella, le corresponde junto con el consejo académico estar al tanto de la evaluación institucional y académica, de la elaboración y ejecución del plan de mejoramiento institucional y académico. Busca mantener también una constante comunicación con los maestros, estudiantes y padres de familia.

Coordinación básica primaria: es la instancia bajo cuya responsabilidad esta la convivencia de la básica primaria en todos sus estamentos y acompañar a los maestros de esta sección en el desarrollo del PEI, depende de la rectoría, y debe trabajar en estrecha colaboración con ella.

Coordinación de la convivencia: es la instancia bajo cuya responsabilidad esta la disciplina del plantel y el cumplimiento del manual de convivencia por profesores, alumnos y padres de familia, depende de la rectoría, y debe trabajar en estrecha colaboración con ella.

Coordinación de equipo de pastoral: le corresponde la animación del equipo interdisciplinario de pastoral, para impulsar desde las áreas la pastoral educativa de la institución.

Coordinación del Equipo de Apoyo PEI: le corresponde la animación del equipo de apoyo PEI, con el fin de revisarlo y hacerle los ajustes requeridos para el inicio de cada año académico; además debe idear estrategias de evaluación y control.

Consejo estudiantil: es el máximo órgano colegiado que asegura y garantiza el continuo ejercicio de la participación por parte de los educandos. Esta integrado por una vocera de cada uno de los grados ofrecidos por la institución.

Personera: es una estudiante que curse el último grado, encargada de promover el ejercicio de deberes y derechos de las estudiantes, consagrados en la constitución política, las leyes, el PEI, los reglamentos y el manual de convivencia.

7.3. FASE DE PROCESAMIENTO

7.3.1. Grupo de Comunicaciones y Publicaciones

Este es el órgano directamente responsable de la gestión de la comunicación y de la imagen del Colegio Nuestra Señora de la Paz.

El autor Jesús García Jiménez en su libro La Comunicación Interna plantea las funciones y objetivos que debe tener un Grupo de Comunicaciones para su buen funcionamiento; este proyecto se basa en sus conceptos para estructurar el Grupo de Comunicaciones y Publicaciones del **CENSPA**.

Este Grupo ha de tener individualidad de servicio especializado, ha de ser confiado a un responsable con profesionalismo, ha de contar con el apoyo inequívoco y decidido de la alta dirección, ha de actuar sobre programa, ha de tomar decisiones con la mirada puesta en el programa comunicativo de la Institución, ha de disponer de recursos humanos, materiales, técnicos y económicos suficientes y, en fin, ha de hacer evaluación continua y correctiva de sus resultados. El Grupo de Comunicaciones debe tener la capacidad de definir

sus actividades en respuesta a necesidades comprobadas en materia de información, de comunicación, y de imagen; de organizarlas, coordinarlas, controlarlas y ejercerlas con competencia y responsabilidad.

7.3.1.1. Las cuatro dimensiones del Grupo de Comunicaciones

El Grupo de comunicaciones reúne en su perfil cuatro dimensiones, que caracterizan su cuádruple función: información, comunicación, documentación e imagen.

7.3.1.1.1. Información

El Grupo de comunicaciones es dentro de la empresa el órgano profesionalizado para gestionar el recurso información para públicos internos y externos; debe tener la capacidad para identificar la información útil, valiosa, pertinente y para aprovechar y optimizar los medios de información.

7.3.1.1.2. Comunicación

Abarca el diseño y gestión de estrategias y políticas de comunicación interna, externa y corporativa. Incluye la comprensión, aceptación, diálogo y cooperación entre la empresa y sus públicos internos y externos; alcanza a la gestión del activo humano mediante políticas de integración, anticipación, confianza e innovación, incluyendo la gestión de los desacuerdos, la solución de los conflictos y la creación de una imagen interna y externa favorables.

7.3.1.1.3. Documentación

Se materializa en la gestión de una base de datos útil y en la permanente actividad, que permite a la empresa estar al día mediante nuevos y continuos

datos que ingresan constantemente a la organización; que la constituyen fuente accesible para todos y que, regido por una lógica interna y externa permite subsanar las carencias y disfunciones de la información interna y externa.

7.3.1.1.4. Imagen

La imagen afecta al diseño y gestión de las estrategias y políticas de la imagen interna, externa y corporativa. Supone el diagnóstico de los estados de opinión de los públicos especialmente internos y de su contenido más o menos favorable respecto a la calidad de la gestión, de sus productos y servicios, del funcionamiento de sus órganos, del comportamiento de sus hombres y de su apreciación por parte del mercado para fundamentar el diseño de políticas y estrategias en orden a la corrección de los aspectos negativos.

7.3.1.2. Los objetivos del Grupo

Los objetivos y funciones del Grupo de comunicaciones vienen determinados por las cuatro dimensiones mencionadas anteriormente:

7.3.1.2.1. Gestionar la información

Significa proponerse optimizar el activo humano en orden a aumentar y mejorar las capacidades, facilitar la realización de las tareas, drenar los rumores, proporcionar herramientas útiles para elegir alternativas, resolver conflictos y tomar decisiones; llevar a los directivos a (estar al tanto) de lo que ocurre en la empresa y a ésta a (estar al día) de lo que ocurre en el sector. Gestionar la información significa, difundir a través de los medios internos y externos informaciones y mensajes que favorezcan el conocimiento de la empresa, de la calidad de sus productos y servicios y creen una imagen positiva entre sus públicos.

7.3.1.2.2. Gestionar la comunicación

Interna y externa significa proponerse implicar al conjunto de las personas en la filosofía, los objetivos, las políticas y las estrategias de la empresa, alcanzar un estilo de dirección participativa, mejorar el clima interno, cohesionar al grupo, y dar profundidad a la vivencia de la cultura corporativa.

7.3.1.2.3. Gestionar la documentación

Significa proponerse a dar unidad operativa y consistencia lógica y simbólica a la empresa; poner al alcance de sus públicos internos el inventario de sus bienes y recursos, retroalimentar al propio grupo para nutrir el diálogo de la empresa con los públicos y ambientes internos y externos.

El Grupo de Comunicaciones, cuando desempeña su función documental, se propone estos objetivos:

- ❖ *Precisión:* los datos e informaciones han de ser claros y concretos
- ❖ *Fiabilidad:* también firmes y comprobados, de modo que generen una actitud de confianza y de seguridad en quienes los utilicen.
- ❖ *Facilidad* (de acceso y de uso): los datos e informaciones han de ser una herramienta al servicio de todas las personas, con independencia de su grado de formación y de competencia.
- ❖ *Disponibilidad:* en principio abierto a todas las personas que conforman los públicos internos (salvando la pertinencia y adecuación a sus respectivos niveles de función y responsabilidad).
- ❖ *Exhaustividad:* la documentación abarca la totalidad de datos y conocimientos que la empresa genera y utiliza para sus fines.
- ❖ *Utilidad:* los documentos y datos han de ser útiles y pertinentes.

- ❖ *Rapidez*: las informaciones y los datos circularan con efectividad.

7.3.1.2.4. Gestionar la imagen

Significa marcarse los objetivos de crear en sus públicos internos y externos un estado de opinión favorable en correspondencia con la calidad de su gestión y su comportamiento en su entorno.

7.3.1.3. Las funciones del Grupo

Son fundamentadas por las cuatro dimensiones anteriormente.

7.3.1.3.1. Información

- ❖ Seleccionará los públicos-objeto de cada una de sus funciones.
- ❖ Creará los medios por donde circula la información.
- ❖ Decidirá, con la aprobación de la alta dirección, qué informaciones circularan por cada medio.
- ❖ Se ocupará de la oportunidad y calidad de la información de acuerdo con sus destinatarios.
- ❖ Fijará los efectos que han de esperarse al emitir determinada información.
- ❖ Evaluará los efectos de la comunicación y la eficacia del medio utilizado.
- ❖ Tratará la información como producto, es decir transformará los acontecimientos en noticia.
- ❖ Manejará la información de tal manera que influya en la toma de decisiones.
- ❖ Clasificará la información que debe conocer cada estamento de la Institución.

7.3.1.3.2. Comunicación

- ❖ Transmitirá a los públicos internos la misión o filosofía, la identidad, la personalidad y la cultura de la Institución.
- ❖ Establecerá un contacto directo con todas y cada una de las áreas de la Institución, especialmente con la dirección y consejo académico y directivo, para impulsar la calidad y el buen funcionamiento de la organización.
- ❖ Fomentará el diálogo interno a todos los niveles para mejorar la conducta de las personas y hacer de ellas miembros activos y participativos.
- ❖ Realizará programas de capacitación con el objetivo de hacer de la comunicación una competencia esencial que mejore la calidad y eficiencia de la Institución.
- ❖ Difundirá con honestidad y eficacia a sus públicos externos el mensaje de lo que el Centro Educativo es y hace.
- ❖ Mejorará el clima laboral.
- ❖ Diseñará las publicaciones internas y externas del **CENSPAZ**.
- ❖ Apoyará la realización y publicación de cada uno de los afiches, carteleros, avisos, entre otros, que se quieran difundir.
- ❖ Apoyará a cada área de la Institución en la planeación y organización de eventos internos y externos.
- ❖ Asesorará a las alumnas en la realización y producción de la emisora institucional.

7.3.1.3.3. Documentación

- ❖ Facilitará el acceso a las fuentes de información.
- ❖ Hará extensivo a todos, los datos y documentos manejados por la Institución.
- ❖ Seleccionará las fuentes de información.

- ❖ Definirá un plan de clasificación adecuado para la Institución y las necesidades de sus públicos internos, de modo que se asegure la facilidad y el éxito en la búsqueda de información.
- ❖ Registrará todo evento realizado en la Institución con el objetivo de crear las memorias de la Institución.

7.3.1.3.4. Imagen

- ❖ Creará un estado de opinión favorable entre sus públicos internos y externos.
- ❖ Creará estrategias de recordación para su identidad corporativa.
- ❖ Mantendrá las buenas relaciones con el entorno.

7.3.1.4. Perfil del responsable del Grupo y sus colaboradores

El responsable del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones del **CENSPA** debe tener los siguientes rasgos:

- ❖ Capacidad para tomar decisiones
- ❖ Creativo porque entiende la información como un factor de innovación y cambio en la Institución.
- ❖ Es un administrador de los diferentes recursos (técnicos, humanos, financieros) y gestor de medios y estrategias de comunicación.
- ❖ Debe ser comunicador social con excelentes relaciones personales que aplique las técnicas y métodos de la profesión para informar con eficacia y favorecer la imagen de la Institución.
- ❖ Es un pedagogo que crea dinámicas de grupo para implicar a todos en su cometido, busca participación, se esfuerza por poner la información a la altura de la comprensión de los menos instruidos y sabe hacer esto con claridad, interés y eficacia.

- ❖ Es un observador/analista porque sabe extraer de la cotidianidad el valor informativo que conviene a la Institución.
- ❖ Es un líder cuya personalidad proyecte confianza y seguridad.
- ❖ Los colaboradores deben apoyar al responsable del equipo para que se cumplan los objetivos propuestos por el Grupo de Comunicaciones y Publicaciones.

7.3.1.5. Condiciones básicas para el funcionamiento del Grupo

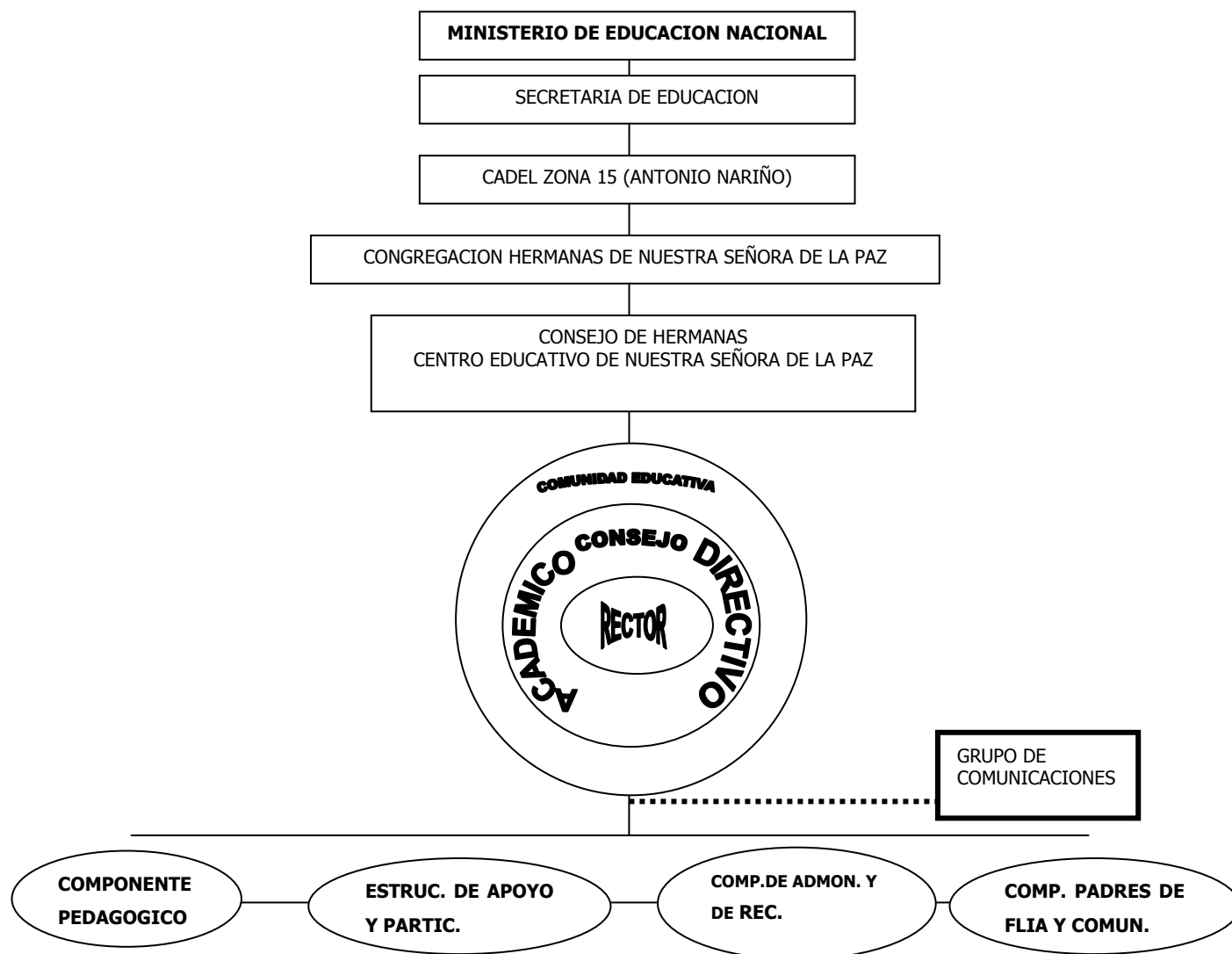
El funcionamiento de un Grupo de Comunicaciones requiere tres condiciones básicas: el apoyo decidido de la alta dirección, la gestión profesionalizada y un presupuesto adecuado.

7.3.1.5.1. Recursos

- ❖ **Humanos.** Personas implicadas en los diversos niveles de definición, dirección, realización y aplicación de las funciones que el Grupo ha de llevar a cabo. En el **CENSPA** se requiere un profesional en comunicación social (responsable del departamento) dos practicantes, en comunicación social y diseño gráfico (asistentes), y algunos colaboradores (jefe del área de español y literatura, un delegado de cada grupo de apoyo y alumnas representantes del taller lúdico de comunicación).
- ❖ **Tecnológicos.** Fax, dos computadores actualizados con conexión a Internet, impresora a color, teléfono, televisor, filmadora, VHS, cassettes, diskettes, CD, programas de diseño (Corel Draw, Page Maker, Photo Shop, Publisher, todos en versiones actualizadas).

- ❖ **Materiales.** Espacio (se sugiere que se ubique en la actual oficina de comunicaciones), escritorios, mesa de reuniones, sillas, archivador, estante, elementos de papelería.

7.3.2. Ubicación del Grupo de Comunicaciones en el organigrama del CENSPAZ



La ubicación elegida para el Grupo de Comunicaciones del CENSPAZ obedece a su condición de órgano *Staff* propuesta por el autor Idalberto Chiavenato en su

libro Introducción a la Teoría General de la Administración. “Los órganos de *Staff* son órganos de apoyo y ayuda que asesoran los órganos de *Línea*²¹”.

En el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz el Grupo de Comunicaciones se ubica como se muestra en la gráfica, debajo de los mandos directivos, ya que es un Grupo que acompaña constantemente todos los procesos comunicativos llevados a cabo en la Institución. El hecho de que el Grupo de Comunicaciones se ubique en un “alto nivel”, no implica que éste tome decisiones, pues su única labor es la de prestar asesoría a todos los estamentos del CENSPA.

Las principales funciones del *Staff* son:

- a) *Servicios*: es decir, actividades especializadas, en el área de comunicación.
- b) *Consultoría y Asesoría*: es decir, actividades especializadas que son proporcionadas a manera de orientación y recomendación.
- c) *Monitoría*: significa hacer seguimiento y evaluar una determinada actividad o proceso, sin intervenir en él o influenciarlo. El *Staff* generalmente se encarga de la recolección de datos, elaboración de informes e investigaciones, seguimiento de procesos, etc.
- d) *Planeación y Control*: casi siempre las actividades de planeación y control están delegadas en los órganos de *Staff*. La planeación y control de la comunicación son actividades desarrolladas por este grupo.

²¹ Los órganos de línea son los responsables por el alcance de los objetivos básicos de la organización; producen resultados para la organización.

7.4. FASE FINAL

Elaboración del manual de funciones
(ANEXO)

8. INDICADORES DE LOGRO.

Fase inicial: Encontrar el problema comunicativo de la Institución para basar el proyecto de investigación.

Fase operativa: Encontrar la solución más adecuada para resolver el problema de comunicación presentado en el **CENSPAZ**.

Fase final: Presentar el Manual de Funciones del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones al Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz.

9. CONCLUSIONES

- ❖ De acuerdo a la investigación realizada sobre los procesos de comunicación en el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, se encontró que la Institución conoce el concepto de comunicación desde la transmisión de la información hasta la gestión y producción de medios de comunicación internos, específicamente impresos y sonoros; pero éstos no son suficientes para suplir las necesidades de información y comunicación presentadas entre los públicos internos y externos del **CENSPA**Z. Otro aspecto que impide el correcto funcionamiento en la emisión y recepción de mensajes es la falta de un grupo encargado de canalizar todos los procesos de comunicación que requiere el Centro Educativo; razón por la que este proyecto basó su investigación en la importancia de crear un Grupo de Comunicaciones y Publicaciones que organice dichos procesos.
- ❖ Para cualquier organización, ya sea esta una institución educativa, es importante manejar adecuadamente todo lo referente a la comunicación, ya que es una herramienta de apoyo para todos los procesos que allí se lleven a cabo. Por esta razón, se considera conveniente proponer la creación del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones que cumplirá la función de *staff*, acompañando a los estamentos del **CENSPA**Z con el fin de resolver las deficiencias comunicativas que se presenten durante el desarrollo de los procesos.

BIBLIOGRAFÍA.

DÍAZ BORDENAVE Juan ponencia Las Nuevas pedagogías y tecnologías de la educación

FERNÁNDEZ COLLADO CARLOS. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas. Segunda edición. México 2002.

GARCÍA JIMÉNEZ JESÚS La Comunicación Interna Ed Díaz de Santos Madrid 1998

KOONTZ, HAROLD. Administración una perspectiva global. Ed. Mc Graw Hill México 1998

KREPS, GARY L. La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Addison-wesley Iberoamericana. 1995

PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL (PEI) Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz 2005.

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/cvanriel.html>

ANEXO MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES



GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES

CENSPA

El **Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz**, brinda una educación en los niveles de básica y mediana vocacional a través de tres énfasis: pedagógico, artístico y comercio, enmarcados en un modelo cognitivo-constructivista.

De acuerdo con las actuales condiciones socioeconómicas nacionales y mundiales se busca formar personas comprometidas, competentes y transformadoras de la historia en la consolidación de una convivencia en paz a la luz del evangelio, con un proyecto de vida ético y profundo sentido de justicia social.

MISIÓN

VISIÓN

Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz, mediante su propuesta pedagógica busca responder a las exigencias económicas, sociales y culturales de la Colombia del siglo XXI, formando a la luz del Evangelio, cristianos comprometidos en la construcción de la Paz; inspirados en los principios del fundador el padre Bernardo Sánchez Muñoz.

VALORES

- ✓ DIGNIDAD
- ✓ RESPETO
- ✓ JUSTICIA
- ✓ IGUALDAD
- ✓ HONESTIDAD
- ✓ SOLIDARIDAD
- ✓ FRATERNIDAD
- ✓ LIBERTAD
- ✓ PAZ

MANUAL DE FUNCIONES

GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES

INTRODUCCIÓN

El **Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz**, a pesar de tener el conocimiento de los procesos básicos en comunicación interna, externa y medios (administración de la información, desarrollo con la comunidad y producción de medios impresos y radiofónicos), no ha estudiado la posibilidad de organizar estas tres grandes áreas de la comunicación en un Grupo que centralice dichos campos. Si se tiene en cuenta que actualmente un gran número de organizaciones han creado áreas o grupos especializadas en comunicaciones, se propone mediante este manual, las principales pautas que deben tenerse en cuenta para el buen funcionamiento de un nuevo Grupo de Comunicaciones y Publicaciones para la Institución.

La función específica del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones del **CENSPA** debe ser, antes que nada, contribuir

al logro de los objetivos de la Institución, ser un apoyo para facilitar los procesos comunicativos y hacer que esta área sea responsabilidad compartida para cumplir efectivamente con las metas. Se quiere con este manual llevar al CENSPAZ a ser una institución u organización funcional, en la que sea utilizada la comunicación como una herramienta fundamental para lograr que todos los procesos comunicativos llevados a cabo, tanto a nivel interno como externo, sean beneficiarios para el Centro Educativo y no un problema más que dificulte a su vez otros procesos.

Este grupo ha de ser confiado a un responsable con profesionalismo, ha de contar con el apoyo inequívoco y decidido de la alta dirección, ha de actuar sobre programa, ha de tomar decisiones con la mirada puesta en el programa comunicativo de la Institución, ha de disponer de recursos humanos, materiales, técnicos y económicos suficientes y, en fin, ha de hacer evaluación continua y correctiva de sus resultados. El Grupo de Comunicaciones y Publicaciones debe tener la capacidad de definir sus actividades en respuesta a necesidades comprobadas en materia de información, de

comunicación, y de imagen; de organizarlas, coordinarlas, controlarlas y ejercerlas con competencia y responsabilidad.

OBJETIVOS DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES DEL CENSPA

Los objetivos del Grupo de comunicaciones Y publicaciones vienen determinados por cuatro dimensiones:

Gestionar la información

Significa proponerse optimizar el activo humano en orden a aumentar y mejorar las capacidades, facilitar la realización de las tareas, drenar los rumores, proporcionar herramientas útiles para elegir alternativas, resolver conflictos y tomar decisiones; llevar a los directivos a (estar al tanto) de lo que ocurre en la empresa y a ésta a (estar al día) de lo que ocurre en el sector.

Gestionar la información significa, difundir a través de los medios internos y externos informaciones y mensajes que favorezcan el conocimiento de la empresa, de la calidad de sus productos y servicios y creen una imagen positiva entre sus públicos.

Gestionar la comunicación

Interna y externa significa proponerse implicar al conjunto de las personas en la filosofía, los objetivos, las políticas y las estrategias de la empresa, alcanzar un estilo de dirección participativa, mejorar el clima interno, cohesionar al grupo, y dar profundidad a la vivencia de la cultura corporativa.

Gestionar la documentación

Significa proponerse a dar unidad operativa y consistencia lógica y simbólica a la empresa; poner al alcance de sus públicos internos el inventario de sus bienes y recursos, retroalimentar al propio grupo para nutrir el diálogo de la empresa con los públicos y ambientes internos y externos.

El Grupo de Comunicaciones, cuando desempeña su función documental, se propone estos objetivos:

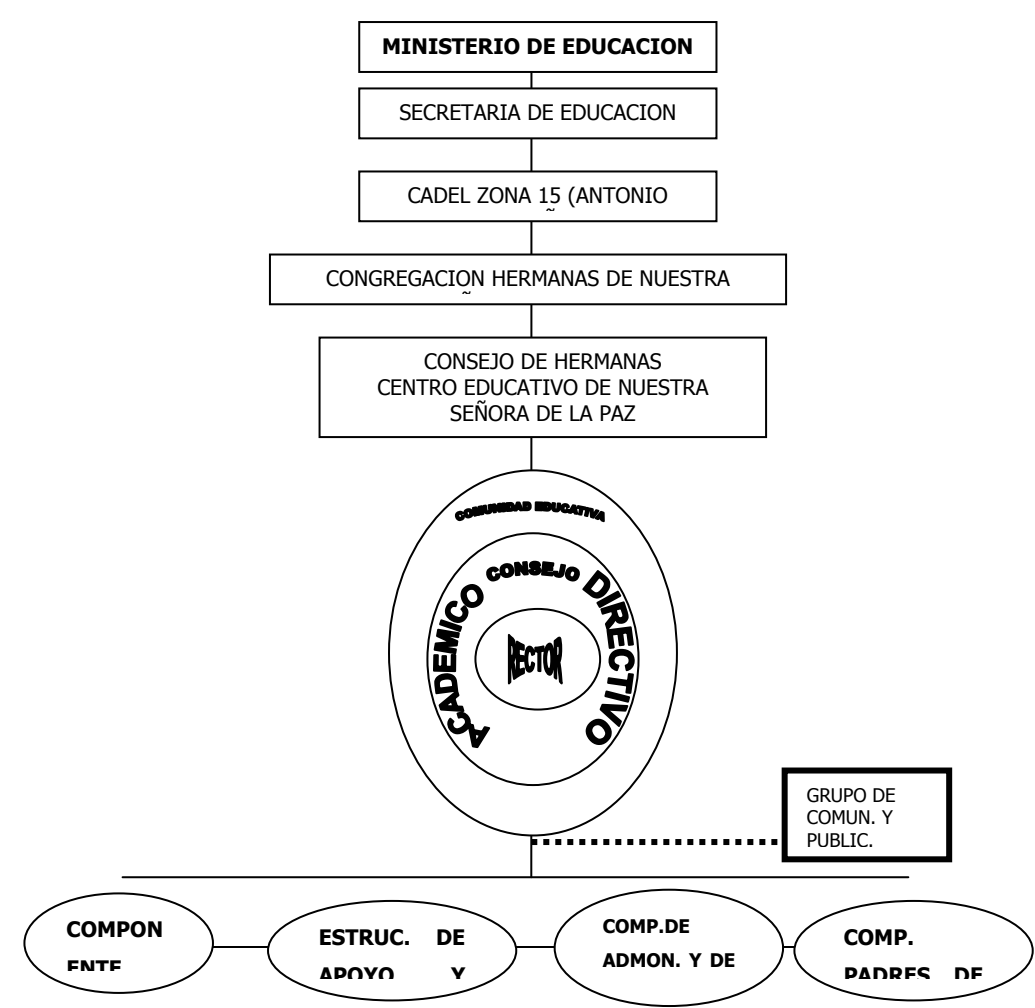
- ❖ *Precisión:* los datos e informaciones han de ser claros y concretos
- ❖ *Fiabilidad:* también firmes y comprobados, de modo que generen una actitud de confianza y de seguridad en quienes los utilicen.

- ❖ *Facilidad* (de acceso y de uso): los datos e informaciones han de ser una herramienta al servicio de todas las personas, con independencia de su grado de formación y de competencia.
- ❖ *Disponibilidad*: en principio abierto a todas las personas que conforman los públicos internos (salvando la pertinencia y adecuación a sus respectivos niveles de función y responsabilidad).
- ❖ *Exhaustividad*: la documentación abarca la totalidad de datos y conocimientos que la empresa genera y utiliza para sus fines.
- ❖ *Utilidad*: los documentos y datos han de ser útiles y pertinentes.
- ❖ *Rapidez*: las informaciones y los datos circularan con efectividad.

Gestionar la imagen

Significa marcarse los objetivos de crear en sus públicos internos y externos un estado de opinión favorable en correspondencia con la calidad de su gestión y su comportamiento en su entorno.

UBICACIÓN DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES DEL CENSPA



La ubicación elegida para el Grupo de Comunicaciones del **CENSPA**Z obedece a su condición de órgano *Staff* propuesta por el autor Idalberto Chiavenato en su libro *Introducción a la Teoría General de la Administración*. "Los órganos de *Staff* son órganos de apoyo y ayuda que asesoran los órganos de *Línea*"

En el Centro Educativo Nuestra Señora de la Paz el Grupo de Comunicaciones se ubica como se muestra en la gráfica, debajo de los mandos directivos, ya que es un Grupo que acompaña constantemente todos los procesos comunicativos llevados a cabo en la Institución. El hecho de que el Grupo de Comunicaciones se ubique en un "alto nivel", no implica que éste tome decisiones, pues su única labor es la de prestar asesoría a todos los estamentos del **CENSPA**Z.

Las principales funciones del *Staff* son:

- a) Servicios: es decir, actividades especializadas, en el área de comunicación.
- b) Consultoría y Asesoría: es decir, actividades especializadas que son proporcionadas a manera de orientación y recomendación.

- c) Monitoría: significa hacer seguimiento y evaluar una determinada actividad o proceso, sin intervenir en él o influenciarlo.
- d) Monitoría: significa hacer seguimiento y evaluar una determinada actividad o proceso, sin intervenir en él o influenciarlo. El *Staff* generalmente se encarga de la recolección de datos, elaboración de informes e investigaciones, seguimiento de procesos, etc.
- e) Planeación y Control: casi siempre las actividades de planeación y control están delegadas en los órganos de *Staff*. La planeación y control de la comunicación son actividades desarrolladas por este grupo.

PERFIL DE LOS RESPONSABLES DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES DEL CENSPA

El responsable del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones del CENSPA debe tener los siguientes rasgos:

- ❖ Capacidad para tomar decisiones
- ❖ Creativo porque entiende la información como un factor de innovación y cambio en la Institución.
- ❖ Es un administrador de los diferentes recursos (técnicos, humanos, financieros) y gestor de medios y estrategias de comunicación.
- ❖ Debe ser comunicador social con excelentes relaciones personales que aplique las técnicas y métodos de la profesión para informar con eficacia y favorecer la imagen de la Institución.
- ❖ Es un pedagogo que crea dinámicas de grupo para implicar a todos en su cometido, busca participación, se esfuerza por poner la información a la altura de la comprensión de los menos instruidos y sabe hacer esto con claridad, interés y eficacia.
- ❖ Es un observador/analista porque sabe extraer de la cotidianidad el valor informativo que conviene a la Institución.
- ❖ Es un líder cuya personalidad proyecte confianza y seguridad.
- ❖ Los colaboradores deben apoyar al responsable del equipo para que se cumplan los objetivos propuestos por el Grupo de Comunicaciones y Publicaciones.

CONDICIONES BÁSICAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES DEL CENSPA

El funcionamiento de un grupo de comunicaciones requiere tres condiciones básicas:

- ✓ **EL APOYO DECIDIDO DE LA ALTA DIRECCIÓN**
- ✓ **LA GESTIÓN PROFESIONALIZADA**
- ✓ **UN PRESUPUESTO ADECUADO**

FUNCIONES DEL GRUPO DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES DEL CENSPA

Son fundamentadas por las cuatro dimensiones anteriormente.

Información

- ❖ Seleccionará los públicos-objeto de cada una de sus funciones.

- ❖ Creará los medios por donde circula la información.
- ❖ Decidirá, con la aprobación de la alta dirección, qué informaciones circularan por cada medio.
- ❖ Se ocupará de la oportunidad y calidad de la información de acuerdo con sus destinatarios.
- ❖ Fijará los efectos que han de esperarse al emitir determinada información.
- ❖ Evaluará los efectos de la comunicación y la eficacia del medio utilizado.
- ❖ Tratará la información como producto, es decir transformará los acontecimientos en noticia.
- ❖ Manejará la información de tal manera que influya en la toma de decisiones.
- ❖ Clasificará la información que debe conocer cada estamento de la Institución.

Comunicación

- ❖ Transmitirá a los públicos internos la misión o filosofía, la identidad, la personalidad y la cultura de la Institución.
- ❖ Establecerá un contacto directo con todas y cada una de las áreas de la Institución, especialmente con la dirección y

consejo académico y directivo, para impulsar la calidad y el buen funcionamiento de la organización.

- ❖ Fomentará el diálogo interno a todos los niveles para mejorar la conducta de las personas y hacer de ellas miembros activos y participativos.
- ❖ Realizará programas de capacitación con el objetivo de hacer de la comunicación una competencia esencial que mejore la calidad y eficiencia de la Institución.
- ❖ Difundirá con honestidad y eficacia a sus públicos externos el mensaje de lo que el Centro Educativo es y hace.
- ❖ Mejorará el clima laboral.
- ❖ Diseñará las publicaciones internas y externas del CENSPAZ.
- ❖ Apoyará la realización y publicación de cada uno de los afiches, carteleros, avisos, entre otros, que se quieran difundir.
- ❖ Apoyará a cada área de la Institución en la planeación y organización de eventos internos y externos.
- ❖ Asesorará a las alumnas en la realización y producción de la emisora institucional.

Documentación

- ❖ Facilitará el acceso a las fuentes de información.

- ❖ Hará extensivo a todos, los datos y documentos manejados por la Institución.
- ❖ Seleccionará las fuentes de información.
- ❖ Definirá un plan de clasificación adecuado para la Institución y las necesidades de sus públicos internos, de modo que se asegure la facilidad y el éxito en la búsqueda de información.
- ❖ Registrará todo evento realizado en la Institución con el objetivo de crear las memorias de la Institución.

Imagen

- ❖ Creará un estado de opinión favorable entre sus públicos internos y externos.
- ❖ Creará estrategias de recordación para su identidad corporativa.
- ❖ Mantendrá las buenas relaciones con el entorno.

PROCEDIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN DE MEDIOS IMPRESOS DEL CENSPA

PERIODICO PISADAS

1. Se realiza la convocatoria en la que se invite a todos los miembros del CENSPA, a participar en la redacción de artículos para el periódico Pisadas.
2. Las personas que elaboren el artículo deberán entregarlo al Grupo de Comunicaciones y Publicaciones, en un sobre sellado, que contenga el artículo impreso, un diskette con el documento y una imagen que sea el soporte del escrito. El sobre se entregará debidamente marcado.
3. Se realizará un consejo de redacción en el que el director del Grupo de Comunicaciones y Publicaciones, junto con sus colaboradores, evaluarán y corregirán la ortografía y redacción de cada uno de los artículos y seleccionarán los que serán publicados.
4. El periódico será diseñado por el Grupo de Comunicaciones y Publicaciones manejando siempre la imagen corporativa de la institución.

5. El grupo de comunicaciones se encargará de preparar toda la impresión del periódico.
6. El Grupo de Comunicaciones y Publicaciones se encargará de la distribución del periódico, se hará personalizado pues cada miembro de la institución recibirá un ejemplar con un sticker que contenga nombre y grado.

NOTA: Este procedimiento se dará cada dos meses. Toda publicación impresa del CENSPAZ debe procurar al máximo cumplir con este mismo procedimiento.



EMISORA INSTITUCIONAL

1. Establecer un grupo base de alumnas (pertenecientes al taller de comunicaciones) para dirigir las diferentes programas de la emisora.
2. Este grupo seleccionará un tema que será desarrollado por semana. Este redactará un informe diario, el cual tendrá la sinopsis del abordaje que se le dará al tema cada día, además de la división por tiempos y la música que acompañará a la emisión.
3. Este informe será entregado al Grupo de Comunicaciones y Publicaciones todos los jueves en la mañana, para hacer todas las correcciones necesarias y ser devuelto a las alumnas el mismo día en las horas de la tarde.

NOTA: El director del grupo estará siempre en todas las emisiones y llevará un archivo que contenga todos los informes con los contenidos de cada semana.

