



Creative Commons

**Servicios y políticas de información para el área de diseño y fotografía del Departamento de Comunicación Social
de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí**

by

Orta de los Santos, Fatima Guadalupe

is licensed under a Creative Commons

Reconocimiento - No Comercial - Sin Obra Derivada 4.0

Internacional License.



**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSÍ
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN.**



**SERVICIOS Y POLÍTICAS DE INFORMACIÓN PARA EL ÁREA DE
DISEÑO Y FOTOGRAFÍA DEL DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
SAN LUIS POTOSÍ.**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
BIBLIOTECOLOGÍA E INFORMACIÓN.**

PRESENTA:

FATIMA GUADALUPE ORTA DE LOS SANTOS

ASESOR: DRA.CELIA MIRELES CÁRDENAS

SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P., DICIEMBRE 2015.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios y a la virgen de Guadalupe por darme la paz, la sabiduría y la fuerza para culminar esta tesis.

A la Doctora Celia Mireles Cárdenas por orientarme y darme las herramientas para esta investigación; pero sobre todo por su gran interés en la realización de mi tesis y por estar al pendiente día a día, en la elaboración de la misma a pesar de sus diversas actividades.

Al encargado del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, el LDG. Alejandro Espiricueta Bravo, en primer lugar por permitirme desarrollar la investigación en el Área; por brindarme su tiempo y disponibilidad al realizar las entrevistas.

A la señorita Silvia Araceli Salazar Vázquez pasante de la Licenciatura en Bibliotecología y becaria del Área de Diseño y Fotografía por brindarme su apoyo.

Al maestro Gorgonio Flores Morales por orientarme en la realización del manual de organización, que es una de las propuestas de este trabajo.

A mis asesores, maestra María Magdalena Vázquez Sánchez y maestro Rafael Zavala Alonso por su dedicación en la revisión de mi tesis y sus valiosas observaciones.

Al maestro José Antonio Rivera Villanueva investigador del Colegio de San Luis A.C. por su apoyo y comprensión en la elaboración de mi tesis.

DEDICATORIA

A mis padres que gracias a sus oraciones, bendiciones y sobre todo, al gran esfuerzo que han hecho para poder darme esta oportunidad de superación y ofrecerme su apoyo moral y económico incondicionalmente.

A mis sobrinos mayores Pancho y Montse que siempre me preguntaban ¿Cómo va tu tesis tía? Y me decían échale ganas y a los chiquitines Mario, Tito, Raulito, Ofelia, Chemas, Joshua y Litzzy que aunque ellos no sabían lo que estaba haciendo, siempre se acercaban y me decían ¡estás haciendo tu tarea tía!

A mis hermanas y mi hermano por su apoyo y consejos.

A Héctor por estar a mi lado y alimentarme en los momentos difíciles de este trabajo, gracias por esas palabras que me decías cuando parecía que me iba a rendir "TU PUEDES AMOR, ECHALE GANAS" y por preferir acompañarme para avanzar en mi tesis que salir a pasear.

A don Edmundo (+) que desde pequeña me apoyo y siempre me impulso a salir adelante; sobre todo porque él siempre me decía que quería que escribiera algo, pues lo logre, aunque ya no este conmigo, sé que esto le hubiera dado mucho gusto.

CONTENIDO

Introducción	9
Capítulo 1. Políticas y Servicios de Información en las Instituciones, para el control en uso y acceso a la información.	16
1.1 Políticas de Información.	18
1.1.1 Conceptos Generales	18
1.1.2 Finalidad de las Políticas de Información	22
1.1.3 Importancia de las Políticas de Información	23
1.1.4 Características de las Políticas de Información	25
1.1.5 Formulación de las Políticas de Información	30
1.1.5.1 Ejemplos de Políticas de Información para la regulación de servicios de información	33
1.1.5.1.2 Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento del Municipio Benito Juárez Quintana Roo	33
1.1.5.1.3 Biblioteca de México Políticas de Información para regular el acceso y uso de los servicios digitales	34
1.2 Servicios de Información.	35
1.2.1 Definición de Servicios de Información	35
1.2.2 Importancia de los Servicios de Información	37
1.2.3 Importancia de los Servicios de Información en Instituciones Públicas	39
1.2.4 Tipología de los Servicios de Información	41
1.2.5 Servicios de Información en línea	44
1.2.5.1 Características de los Servicios en línea	46
1.2.5.2 Tipos de Servicios de Información en línea	48
Capítulo 2. Los Departamentos de Comunicación Social en las Universidades.	51
2.1 Definición de Departamentos de Comunicación Social	53
2.1.1 Funciones de los Departamentos de Comunicación Social	54
2.1.2 Ejemplos Nacionales de Departamentos de Comunicación Social	55
2.1.2.1 Departamento de Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de México	63
2.1.3 Ejemplos Internacionales	65
2.1.3.1 Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Chile	67

2.2	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	69
2.2.1	Antecedentes de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	69
2.2.2	Misión de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	70
2.2.3	Visión de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	71
2.2.4	Organigrama de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	71
2.2.5	Situación actual de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	72
2.2.6	Políticas institucionales de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	73
2.3	Diagnóstico del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	75
2.3.1	El Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	75
2.3.2	Antecedentes del Departamento de Comunicación Social	76
2.3.3	Función del Departamento de Comunicación Social en la UASLP	78
2.3.4	Objetivos del Departamento de Comunicación Social en la UASLP	78
2.3.5	Organigrama del Departamento de Comunicación Social	79
2.3.6	Áreas del Departamento de Comunicación Social	80
2.3.6.1	Área de Prensa y Análisis de la Información	80
2.3.6.2	Área de Diseño y Fotografía	81
2.3.6.3	Área de Divulgación Universitaria	81
2.3.6.4	Área de Producción Audiovisual	82
2.3.6.5	Área de Cibercomunicación	82
2.3.7	Análisis de la producción de información y documentos del DCS	83
2.3.8	Estado Actual del Departamento de Comunicación Social	86
2.4	Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP	87
2.4.1	Antecedentes del Área de Diseño y Fotografía	87
2.4.2	Función del Área de Diseño y Fotografía	88
2.4.3	Objetivo del Área de Diseño y Fotografía	88
2.4.4	Archivo Fotográfico del Área de Diseño y Fotografía	88
Capítulo 3. Propuesta para la mejora del funcionamiento y los servicios que ofrece el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.		90
3.1	Manual de Organización.	92
3.1.2	Elementos de un manual de organización	93
3.1.3	Finalidad de un manual de organización	95
3.1.4	Sistema Integral de Calidad (SICAL)	96

3.2 Manual de Organización para el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí: Propuesta.	99
3.2.1 Introducción	102
3.2.2 Antecedentes	103
3.2.3 Políticas	104
3.2.4 Misión	107
3.2.5 Secciones Dependientes del Área	108
3.2.6 Organigrama	109
3.2.7 Perfil de Puestos	110
3.2.8 Especificaciones para el Archivo Fotográfico del Área.	113
3.3 Propuesta de Mejora del Medio de Difusión y Promoción de los Servicios que Ofrece el Área de Diseño y Fotografía del Departamento De Comunicación de Social de la UASLP	115
3.3.1 Justificación	116
3.3.2 Objetivo de la Propuesta	117
3.3.3 Páginas web de los Departamentos de Comunicación Social en México	117
3.3.4 Pagina web del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP	121
3.3.5 Prototipo de mejora para la página web del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP	123
Conclusiones y Recomendaciones	126
Bibliografía	133
Anexos	139
Anexo 1. Análisis de las actividades del Departamento de Comunicación Social en los informes de rectoría	140
Anexo 2. Cuestionario para recabar información y realizar el diagnóstico del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	157
Anexo 3. Entrevista al personal del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	159
Anexo 4. Entrevista Realizada a la encargada de la organización del Archivo Fotográfico del área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP	161
Esquemas	
Esquema 1. Acción de seguimiento de la Política Internacional de Información	29

Esquema 2. Proceso de transformación de las necesidades del usuario para ofertar un servicio	37
Esquema 3. Clasificación de los servicios de información	39

Cuadros

Cuadro 1. Conceptualización de las políticas de información desde diferentes puntos de vista	30
Cuadro 2. Función de una política de información según la necesidad de la Institución	33
Cuadro 3. Servicios de una biblioteca universitaria	43
Cuadro 4. Análisis de los Departamentos de Comunicación Social de las Universidades	56
Cuadro 5. Función de los Departamentos de Comunicación Social en la Universidad	58
Cuadro 6. Documentos que generan los Departamentos de Comunicación Social	60
Cuadro 7. Organización de la información en los Departamentos de Comunicación Social	61
Cuadro 8. Servicios que ofrece el Departamento de Comunicación Social	61
Cuadro 9. Difusión de la información	62
Cuadro 10. Análisis de las Universidades Internacionales	65
Cuadro 11. Función del Departamento de Comunicación Social en las Universidades	66
Cuadro 12. Políticas del Departamento de Comunicación Social contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional de la UASLP.	74

Gráficas

Gráfica 1. Porcentaje de Departamentos de Comunicación Social que existen en las Universidades Autónomas de México	57
Gráfica 2. Resultados del análisis de los Departamentos de Comunicación Social de 32 Universidades	58

Ilustraciones

Ilustración 1. Sitio web del Archivo Histórico de la UNAM	65
Ilustración 2. Página web del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes	118
Ilustración 3. Página web de la Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Coahuila	119
Ilustración 4. Página web de la Coordinación General de Comunicación Social de la Universidad de Colima	119

Ilustración 5. Página web de la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM	120
Ilustración 6. Contenido I de la página web del Área de Diseño y Fotografía del DCS de la UASLP	122
Ilustración 7. Contenido II de la página web del Área de Diseño y Fotografía del DCS de la UASLP	122
Ilustración 8. Prototipo de mejora para la página web del Área de Diseño y Fotografía del DCS de la UASLP	124
Ilustración 9. Prototipo de mejora para la página web del Área de Diseño y Fotografía del DCS de la UASLP	125

Figuras

Figura 1. Organigrama de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí	71
Figura 2. Organigrama del Departamento de Comunicación Social de la UASLP	80

INTRODUCCIÓN

En la actual sociedad de la información y el conocimiento, se hace necesario establecer políticas de información para su generación, utilización y difusión. En las sociedades desarrolladas y ricas en información se tiene acceso a una tecnología avanzada, mientras que las sociedades en vías de desarrollo dependen de las primeras para su desarrollo industrial y/o cultural. Es por ello que imitan sus estructuras y recogen sus planteamientos en materia de políticas de información.¹ Sin embargo, es importante reflexionar en la necesidad de que cada gobierno, organización, entidad académica e institución informativa, deben plantear sus propias políticas de información a partir de las establecidas por los sistemas nacionales de información.

Lo anterior, permitirá que el uso de la información en las distintas instituciones sea regulado y pueda ser evaluado en función de los indicadores de calidad. Además, el establecer las políticas ayudará a controlar los flujos de información dentro y fuera de las organizaciones.

Son pocos los estudios que se han realizado sobre políticas para ofrecer servicios de información y muchos menos en los Departamentos de Comunicación Social de las Universidades mexicanas, por tanto, es necesario precisar que este trabajo es una propuesta de políticas de información que centran su atención de manera especial en el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Además se propone como eje central un manual de organización para el Área de Diseño y Fotografía de dicho Departamento, de acuerdo con las instrucciones expresadas por la rectoría de la UASLP, el 30 de octubre del año 2013 encabezada por el M. en Arq. Manuel Fermín Villar Rubio.

¹ GARCÍA LAGUNAS, Juan Rene. *Modelo de Red de Redes de Bibliotecas Universitarias para los estados del centro de México*. tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense, 2009. p115.

En el manual de organización propuesto se incluyen políticas de información, las cuales se definen como criterios generales que permitirán orientar las acciones y funciones de las personas que forman parte de la estructura organizacional del Área de Diseño y Fotografía. Es importante mencionar que esta propuesta permitirá que en el Área mencionada, exista un sistema de información, que, como afirma Evans:

"Contenga las políticas utilizadas para guiar y canalizar el pensamiento en la toma de decisiones de los jefes y sus subordinados".²

La necesidad de plantear políticas de información surge en los albores del siglo XXI:

"Pues estamos asistiendo, sin duda alguna, a un nuevo modelo de sociedad en el que la información, entendida como conocimiento acumulado de forma comunicable, aparece como el cimiento del desarrollo económico, político y social.

Esta concepción de la sociedad basada en la información y el conocimiento impone progresivamente, en todos los países, el establecimiento de políticas de información, llevando a sus gobiernos a comprometerse en acciones que van desde los diagnósticos y estudios, hasta la creación de un aparato estatal, más o menos desarrollado, que permita controlar y promover las actividades de información científica y técnica".³

Por lo antes dicho, el planteamiento de políticas surge desde que la información se convierte en una necesidad para el ser humano y como bien se sabe, la necesidad de generar derechos, los cuales deben de ser regulados por políticas. En este caso, las políticas de información según Montviloff :

"Son una serie de principios y estrategias que orientan un curso de acción para alcanzar un objetivo determinado; si lo aplicamos al ámbito de la información, las políticas proporcionan orientaciones para la concepción de una estrategia y programas destinados al desarrollo y uso de recursos, servicios y sistemas de información".⁴

Por otra parte, nuestro país se sumó decididamente a la corriente de apertura informativa mediante la aprobación en el año 2002 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y a partir de esa fecha las instituciones difunden, publican y hacen accesible gran cantidad de información relevante sobre las actividades a través de medios electrónicos. A partir

² EVANS, G.E. Técnicas de administración para bibliotecarios. México: UNAM; DGB, 1980.

³ CARIDAD SEBASTIÁN, Mercedes [ed. al]. *La necesidad de políticas de información ante la nueva sociedad globalizada*. El Caso Español. en: Ciencias de la Información. [en línea] Brasilia, v. 29, n. 2, p22. 2000.

⁴ MONTVILOFF Víctor. *Políticas Nacionales de Información: manual sobre la formulación, aprobación, aplicación y funcionamiento de una política nacional sobre la información*. París: UNESCO, 1990. p169

de esa ley, miles de personas han podido acceder a documentos que testimonian la acción gubernamental.⁵

Es decir, que las políticas de información son los mecanismos o instrumentos utilizados por los actores o agentes de una sociedad para gestionar, controlar y evaluar los ciclos de vida de la información y del documento en general, así como el ciclo de transferencia de datos, información y documentos; anteriormente solo las bibliotecas y archivos eran las más interesadas en tener un marco normativo y jurídico en el tratamiento de la información pues son instituciones cuya finalidad es la conservación y difusión del conocimiento.⁶

En la actualidad, el establecimiento de políticas de información es importante puesto que en general, se encargan de regular las actividades o acciones dentro de un lugar con el fin de controlar diferentes aspectos. En cuanto a la biblioteca o centros de información, las políticas son la vértebra fundamental para crear servicios y mejorar el flujo de la información. Al instaurar políticas, se facilita el trabajo de brindar servicios de información, los cuales se definen como el conjunto de etapas sucesivas, en las que el profesional de la información realiza diversas tareas con el fin último de satisfacer en forma personalizada o en general las necesidades informativas de los usuarios para que accedan a la información de una forma eficiente y eficaz. Según Morales,

"Los servicios de información son las acciones que actúan como intermediarios entre la información y las necesidades del usuario, con base en el dialogo entre el usuario y bibliotecario, para que este conozca realmente las necesidades del cliente con el objetivo de ofrecerle un servicio que satisfaga sus carencias de información".⁷

La diversidad de documentos que genera el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, hace necesario el análisis y

⁵CAPRIZO, Jorge. *Once razones para incorporar a la constitución el derecho de acceso a la información*. Boletín Mexicano de Derechos Comparados. Vol. XL; Núm. 119. pp. 663

⁶Apuntes de la asignatura de legislación de 8° semestre de la licenciatura en Bibliotecología. impartida por el profesor Israel Tovar

⁷ MORALES CAMPOS, Estela. *El Servicio de consulta*. México: UNAM; Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 1984. p29

establecimiento de políticas y servicios con el fin de identificar la información que genera día a día, y poder tener un control sobre los procesos realizados para posteriormente brindar servicios eficientes a la comunidad universitaria. Es de interés de un Departamento de Comunicación Social, organizar sus procesos para aumentar los servicios de información que ofrece a un número mayor de usuarios, entre los que se encuentran investigadores ,universitarios y el público en general, sin afectar las actividades que realiza, ya que no tiene establecido normas y políticas oficiales para ello.

El plantear políticas y servicios de información dentro de los diversos espacios como el Departamento de Comunicación Social, resulta de gran importancia pues forma parte de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí que es una institución pública y de acuerdo a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información está comprometida a difundir información sobre sus actividades y servicios, es por eso que el establecer políticas de información ayudará a tener un control sobre el uso de dicha información y de los servicios que se ofrecen.

La presente investigación partió de las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo sería una propuesta de políticas para ofrecer servicios de información en el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP?
- ¿Qué actividades realiza y que documentos genera el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP, para cumplir con las funciones asignadas?
- ¿En qué medida es importante establecer políticas para ofrecer servicios de información en las organizaciones?

Estas preguntas tienen como finalidad detectar la situación actual del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP en cuanto a sus políticas de servicios de información.

Para dar respuesta a estas preguntas, se formularon tres objetivos:

Objetivo general

- Proponer políticas para ofrecer servicios de información en el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP.

Objetivos específicos:

- Describir las actividades que realiza y los documentos que genera el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación social.
- Explicar la importancia de establecer políticas para la oferta servicios de información en las organizaciones.

La investigación es de corte mixto, es decir desde un enfoque cualitativo-cuantitativo, se utilizó el método Investigación-acción que es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico, que tiene por finalidad estudiar algún aspecto de la realidad, con una expresa función práctica. Se utilizó también, la técnica de la observación directa y el análisis profundo a través del instrumento de la entrevista y el diagnóstico, que sirvieron para recopilar los datos sobre el Departamento de Comunicación Social y poder llegar así, al Área de Diseño y Fotografía. Otro método utilizado en esta investigación fue el método de la investigación documental que consiste en recopilar información impresa en los distintos tipos de documentos, en donde se realizaron las siguientes actividades:

- Primero se realizó una investigación documental sobre los aspectos generales de políticas de información, servicios de información y Departamentos de Comunicación Social, con el objetivo de adquirir conocimiento previo sobre el tema.

- A continuación, se llevó a cabo una revisión en las páginas web de 32 Universidades Autónomas en México, con el objetivo de conocer si contaban con un Departamento de Comunicación Social, dando como resultado que solo 18 Universidades Autónomas cuentan con un Departamento de Comunicación Social.
- Posteriormente se realizó otra revisión a los 18 Departamentos de Comunicación Social que se encontraron, con el objetivo de conocer si contaban con políticas de servicios de información, se obtuvo como resultado que solo cuatro Departamentos tienen establecidas políticas de servicios de información.
- Se elaboró un diagnóstico específicamente en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí para tener conocimiento sobre sus funciones, objetivo, antecedentes, políticas y secciones subordinadas.
- Se analizaron 13 informes de la rectoría de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí de los periodos 1998-1999 hasta 2014-2015 con el objetivo de completar el diagnóstico anterior.
- Se consultó el Plan de Desarrollo Institucional de los años 1997-2007 y 2013-2023.
- Se consideró diversa documentación sobre el Sistema de Integral de Calidad para el desarrollo de las propuestas.
- A continuación, se analizaron los datos obtenidos y se decidió trabajar específicamente con el Área de Diseño y Fotografía, de reciente creación que carece de políticas para ofrecer servicios de información.
- Se entrevistó al LDG Alejandro Espiricueta Bravo jefe del Área de Diseño y Fotografía del DCS con el fin de conocer la situación actual del Área utilizando dos cuestionarios estructurados previamente.
- Finalmente se analizaron los datos obtenidos y se plasmaron en el documento las propuestas de mejora y las conclusiones de la presente investigación.

De esta forma, el capítulo uno comprende el marco teórico y contempla las definiciones, importancia, características, finalidad y formulación de las políticas para ofrecer servicios de información.

El segundo capítulo se refiere al estado actual de los Departamentos Universitarios, en primer lugar a los Departamentos de Comunicación Social de las diferentes Universidades Autónomas de México y posteriormente, el estado actual del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP.

En el último capítulo se muestra el resultado de la investigación, que son dos propuestas: la primera es un manual de organización que contiene las políticas que deben dirigir las acciones del Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP. Y la segunda consiste en una propuesta de mejora de la página web en la que se promocionan los servicios que ofrece el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social.

Posteriormente se presentan las conclusiones de esta investigación, las cuales comprenden el análisis y aprendizaje del trabajo realizado para poder llegar a establecer las propuestas de mejora. Por último se presenta la bibliografía utilizada, así como los anexos con el resultado de los diagnósticos realizados, los diferentes guías de cuestionarios para las entrevistas y el análisis de los informes.

El presente capítulo comprende dos secciones de gran importancia sobre el desarrollo de esta ley: en la primera parte se describe el tema de políticas de información (políticas, importancia, fines, características, entre otros) que es necesario conocer el entorno. Las políticas de información son herramientas que se utilizan dentro de una determinada sociedad con el objetivo de regular una acción que tenga que ver con el uso y acceso a la información. La formulación de dichas políticas va en aumento conforme a la evolución del uso humano sobre la forma de vida que tiene hoy en día ha dificultado y aumentado la producción de información y al establecer políticas de información se pone un control sobre su producción.

Capítulo 1. Políticas y Servicios de Información en las Instituciones para el control del uso y acceso a la información.

En los últimos años como se ve en el mundo la información son actividades relacionadas a la satisfacción de las necesidades informáticas de los usuarios que se diversifican, de acuerdo al uso de internet y tecnología. En este caso se utilizó el recurso de la página web como vehículo de los servicios que ofrece el Área del Desarrollo, cabe decir que el desarrollo de las tecnologías y la implementación de políticas de información, ha llevado a los organismos productivos de información a crear y mejorar servicios a través del internet con la finalidad de mejorar el uso de la información en una determinada sociedad.

El presente capítulo comprende dos secciones de gran importancia para el desarrollo de esta tesis; en la primera parte se desglosa el tema de políticas de información (definición, importancia, finalidad, característica, entre otros) pues es necesario conocer el entorno. Las políticas de información son lineamientos que se establecen dentro de una determinada sociedad con el objetivo de regular toda acción que tenga que ver con el uso y acceso a la información. La formulación de dichas políticas va en aumento conforme a la evolución del ser humano pues la forma de vida que tiene hoy en día ha dificultado y aumentado la producción de información y al establecer políticas de información se tiene un control sobre su producción.

La segunda parte de este capítulo comprende los servicios de información, primeramente de una forma general (definición, importancia, características y tipología) pues como se sabe los servicios de información son actividades encaminadas a la satisfacción de las necesidades informativas de los usuarios que se diversifican, de acuerdo al tipo de usuario al que están dirigidos. En este caso se analizó el recurso de la página web como difusora de los servicios que ofrece el Área del Departamento, cabe decir que el constante uso de las tecnologías y la implementación de políticas de información ha forzado a los organizamos productores de información a crear y ofrecer servicios a través del internet con la finalidad de mejorar el flujo de la información en una determinada sociedad.

1.1 Políticas de Información.

1.1.1 Conceptos Generales.

"En 1994 para México era claro que tendría que formular políticas de información para las bibliotecas como apoyo a una política educativa que impulsará sus expectativas en el entorno internacional".⁸

Como bien se sabe la información es la base fundamental con la cual el ser humano obtiene conocimiento a través del ciclo de transferencia; por lo que es necesario crear lineamientos que regulen ante la sociedad el uso de la información.

Es por eso que las bibliotecas comienzan a tener la necesidad de crear políticas de información con el objetivo de responder a las necesidades de sus usuarios de forma correcta y confiable. Pero con el surgimiento inmoderado de la información en los distintos sectores de la sociedad ya no es necesario solo crear políticas de información para las bibliotecas, pues ya en la actualidad existen diversos Departamentos, organismos e instituciones generadoras de información.

Desde que la información se concibe como el recurso principal de comunicación es necesario regular toda acción que tenga que ver con su acceso pues los constantes cambios que se están viviendo en los diferentes sectores como son político, económico y cultural dificultan el uso correcto de la información a través de las distintas tecnologías.

"Las políticas de información buscan desarrollar estrategias para revalorizar el uso de la información, por ende, deben agregarse hoy las cuestiones relacionadas con las políticas de campos convergentes, como son las telecomunicaciones y la informática. Pues existe consenso con respecto a que las políticas de información deben reflejar el contexto donde se crean, porque responden a los intereses y objetivos de determinadas estructuras gubernamentales o institucionales".⁹

⁸ SÁNCHEZ VANDERKAST, Egbert J. Políticas de información en las Universidades Públicas Estatales. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2010.p xvi.

⁹ HERNANDEZ GALAN, Ingrid. "Elementos teóricos generales de la política nacional de información en Cuba". ACIMED [en línea]. 2009, vol.19, n.5 [fecha de consulta 12 de febrero 2015], p6. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009000500005&lng=es&nrm=iso.

Desde otro punto de vista se podría decir que las políticas de información nacen como medidas públicas, privadas, directas o indirectas pero todas con un mismo fin el de controlar la circulación de la información con el objetivo de conservarla y así mismo poder ser transmitida de manera formal y legal. Sin embargo, autores como Castro mencionan que:

"La política de información busca en todo momento un beneficio para la sociedad y que todo cambio en este ámbito se da a mediano o largo plazo, es por esto que las bases de las políticas de información deben ser de forma explícita en donde se especifiquen metas, objetivos y beneficios, deben trabajarse a partir de ese momento, para que en un futuro se tengan los elementos que sustenten a la sociedad de la información".¹⁰

La necesidad del gobierno por crear políticas de información consiste en regular y coordinar las acciones de las diferentes dependencias sean gubernamentales o privadas con el fin de coordinar la producción de información y poder crear redes que sirvan como vínculo para compartir la información entre los diferentes sectores de la sociedad, todo esto con el objetivo de ofrecer a la comunidad un mejor acceso a la información.

La implementación de una política dentro de una sociedad garantiza el buen funcionamiento de los recursos y servicios además de que transforma a la sociedad, en la llamada sociedad de la información; donde el conocimiento que reciban tendrá que ser de calidad.

Pero ¿que son las políticas de información? a continuación se desglosan algunas definiciones que nos ayudaran a ampliar el panorama sobre las políticas de información ya que es un tema de reciente creación.

Según Ponjuan, una política de información es un plan para el desarrollo de los datos, recursos y servicios de información y su óptima utilización. Una política dice qué tipo de sociedad debe existir; un plan sólo dice lo que hará durante un tiempo

¹⁰ CASTRO ESCAMILLA, Minerva. "Políticas de Información en México". Revista de Bibliotecología. [en línea].2002, vol.3, n.3-4, p3. [fecha de consulta: 5 de noviembre del 2014] Disponible en: <http://eprints.rclis.org/6139/>.

para lograr este objetivo (...) Apunta hacia la esencia (...) tiene que ver con el ¿qué? y el ¿por qué?.¹¹

Lo que menciona Ponjuan hace énfasis a la llamada sociedad de la información pues debido al cambio que ha tenido en la forma de comunicarse, trabajar y estudiar tiene como consecuencia el mal uso de las tecnologías de la información. Entonces se podría decir que al implementar una política de información además de controlar el uso de la información se genera un cambio en la sociedad.

Por su parte Montviloff menciona que:

"Una política es una serie de principios y estrategias que orientan un curso de acción para alcanzar un objetivo determinado. Las políticas pueden desarrollarse a nivel orgánico o institucional (micro política) o a nivel nacional, regional o internacional (macro política). Las políticas están contenidas en los llamados instrumentos de política. Estos pueden ser de las siguientes clases: instrumentos jurídicos (constitución, leyes y decretos del parlamento, reglamentos, tratados internacionales, etc.), instrumentos profesionales (códigos de conducta, deontología, etc.) e instrumentos culturales (costumbres y creencias, tradiciones, valores sociales, etc.)".¹²

Según Weingarten, las políticas de información son el conjunto de leyes y regulaciones públicas y privadas que motivan o desmotivan la creación, el uso, el almacenamiento y la comunicación de la información.¹³

Menou, menciona que una política de información es un conjunto de principios que guían el curso regular de la acción y consiste en:

¹¹ PONJUÁN DANTE G." Las políticas nacionales de información en el contexto latinoamericano. El caso de Cuba". Ciencias de la Información [en línea] 1993; vol. 24, No. 1. [fecha de consulta 4 de junio 2015] p115.

¹² MONTVILOFF Victor; op. cit., p.169.

¹³ ALMADA NAVARRO, Elsa Margarita. Bases teóricas para comprender las políticas de información [en línea]. México: centro de Investigaciones UNAM. [fecha de consulta 21 mayo 2015]. p3. Disponible

en:
<http://iibi.unam.mx/publicaciones/18/La%20naturaleza%20objetiva%20y%20subjetiva%20de%20las%20Políticas%20de%20Informacion-Bases-teoricas-para-comprender-las-Políticas-de-Infomacion-EMAN.html>

a) Una imagen del estado deseado, como una meta o conjuntos de metas que deben alcanzarse.

b) Medios específicos para los cuales se encaminan la realización de las metas.

c) La asignación de las responsabilidades para la implementación de las vías; un conjunto de reglas o lineamientos que regulan la implementación de las vías.

Almada define las políticas de información de una forma más completa pues menciona que:

"las políticas de información son el estudio de las orientaciones y directrices que rigen la actuación de los diferentes sectores o grupos de la sociedad en la transferencia de la información, su disponibilidad, su acceso y recuperación como medio para la comunicación de información entre personas generadoras y usuarios de la información".¹⁴

Como se puede ver determinados autores conciben de diferente forma el concepto de políticas de información pues algunos las ven como; una necesidad, una estrategia o como un estatus legal pero la UNESCO ha logrado integrar los diferentes conceptos y define las políticas de información como:

"El conjunto de lineamientos y directrices que guían la elaboración de acciones planificadas orientadas a garantizar el acceso universal a la información para la realización de todo tipo de actividades (sociales, económicas y políticas), para coadyuvar de esta manera al logro de los objetivos de desarrollo de un país".¹⁵

Entonces a manera de conclusión se puede definir a las políticas de información como agentes reguladores de toda actividad que tenga que ver con el ciclo de transferencia de información en un cierto grupo de la sociedad, con el objetivo de salvaguardar, difundir y controlar el flujo de la información ya sea pública o privada y poder dar conocimiento a la sociedad a la que están dirigidas. Las cuales están planeadas y elaboradas de acuerdo a las necesidades de ciertos grupos sociales.

¹⁴ *Ibidem*.p5.

¹⁵ UNESCO. *Building national information policies*. Experiences in Latin América. [en línea] 2007[Fecha de consulta 21 de mayo 2015] Disponible en: http://infolac.ucol.mx/observatorio/artes_libro.pdf.p90.

1.1.2 Finalidad de las Políticas de Información.

La finalidad de las políticas de información está en la creación de una sociedad de la información y en el mejoramiento del acceso a la misma de forma eficiente y eficaz debido al preocupante crecimiento de información a consecuencia de las distintas formas de trabajar, estudiar y convivir. Además de controlar el uso de la información.

Montviloff menciona en su manual para la formulación de políticas de información los objetivos generales de la finalidad de las políticas de información:

A) Suministro de datos de información pertinentes, fiables y puntuales a un costo razonable para todos los que contribuyen por conceptos diversos al logro de los objetivos Nacionales de desarrollo, como investigadores, ingenieros y técnicos, planificadores del desarrollo, responsables de la evaluación de políticas y administradores, agentes de extensión, personal para profesional, agricultores y empresarios.

B) Preparación y ejecución de un plan de acción para el establecimiento y funcionamiento de un sistema nacional de información basado en infraestructuras existentes, la coordinación de los diversos sistemas y servicios, la identificación y corrección de deficiencias, los procedimientos para subsanar omisiones y la interacción productiva con sistemas y programas regionales e internacionales de información.

C) Apoyo a los componentes del sistema nacional de información, con inclusión de personal, servicios y tecnologías de información, arbitrando medios públicos y otros tipos de financiación y colaboración.

D) Procedimientos para garantizar la coherencia y el crecimiento sostenido de los sistemas nacionales de información mediante la formulación y prescripción de políticas y orientaciones para asignar Áreas de responsabilidad, y la elección de

medios y métodos, prioridades, acuerdos financieros y mecanismos de coordinación, de conformidad con los objetivos y planes de desarrollo de un país y sus características políticas, sociales y culturales propias y su estructura de gobierno, con las modificaciones que vayan experimentando con el tiempo.

E) Apoyo al estudio de las teorías relacionadas con la información y a las prácticas, educación y capacitación para la producción, transferencia y uso de información.¹⁶

La finalidad de una política de información ya sea pública o privada siempre tendrá como objetivo el mejorar el acceso a la información y así mismo garantizar la seguridad de la misma para regular la producción inmoderada de información.

1.1.3 Importancia de las Políticas de Información.

En nuestros días la implementación de políticas de información es de gran importancia, pues la circulación de información en ocasiones se hace de forma incorrecta; es por eso que los encargados de la legislación de una Nación tienen la obligación de crear políticas para el mejoramiento del tratamiento y transmisión de la información, con el objetivo de poder manejar adecuadamente las enormes cantidades de recursos que tenemos hoy en día en una sociedad globalizada, y en donde las tecnologías de la información y las comunicaciones juegan un papel relevante.

Por lo anterior, es necesario hablar de una planificación efectiva de los recursos y sistemas de información con los que cuenta una Nación y su mejor aprovechamiento por parte de sus ciudadanos. *“Las acciones que se tomen para el control de los recursos, deben concentrarse en políticas que, desde el seno de los Gobiernos permitan dirigir las acciones*

¹⁶ MONTVILOFF, Víctor. Políticas Nacionales de Información. En: Manual para la Formación, Aprobación, Ejecución y Funcionamiento de una Política Nacional de Información. Programa General de Información y UNISIST. París: UNESCO, 1990, p 7

en el uso de la información hacia la sociedad en donde se implementarán con el propósito de conseguir un desarrollo sustentable".¹⁷

Las políticas tienen un sentido fundamental no solo para el ámbito bibliotecológico; pues son indispensables en los distintos campos de la sociedad como la industria, economía, educación y sociedad ya que la generación de información se da sin restricción alguna en estos campos; y el implementar lineamientos dentro de ellos ayuda a tener un buen manejo de esta y evitar problemas futuros. Para ello, en la actualidad no debemos de tomar en cuenta solo las Políticas de Información relacionadas con archivos y bibliotecas, sino que además y debido al cambiante mundo en el que nos encontramos inmersos, es necesario contemplar también aquellas políticas de campos convergentes como la informática y las telecomunicaciones.¹⁸

Muchas de las veces las políticas han funcionado como factor de calidad de las mismas empresas y más ahora con la evolución de las tecnologías y el aumento de la información, las instituciones están obligadas a establecer lineamientos para facilitar el acceso a cada uno de sus clientes o usuarios.

Desde el punto de vista bibliotecológico la implementación de políticas dentro de las unidades de información es importante pues con ello se controla el funcionamiento de los servicios. Pues como menciona Sánchez, los servicios de información en las bibliotecas no solo permiten impulsar la creatividad al acceder, difundir y hacer innovaciones científico-tecnológicas, sino que también pretenden fungir como un servicio de extensión y formar parte de las oficinas de enlace.¹⁹

¹⁷ DOMINGUEZ ARTEAGA, Rosa Amelia. "Políticas de Información en México: Hacia la conformación de una estrategia nacional". En: II conferencia Internacional sobre Brecha Digital e Inclusión Social. [Madrid 28-30 de octubre de 2009]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10016/12315>. p2

¹⁸ *Ibidem*. p3.

¹⁹ SANCHES VANDERKAST, *op. cit.*, p.10.

Otro factor importante que obliga a las instituciones a crear políticas, es cumplir con las leyes que surgen en cuanto al uso y acceso de la información pues así como existen instituciones públicas hay instituciones privadas, las cuales generan información relevante que en algún momento se requiere consultar sin previa autorización, es por eso que el panorama de implementación de políticas de información se ha convertido en un reto tanto para las instituciones como para el gobierno pues la sociedad va evolucionando, y en un país en desarrollo como lo es México sería bueno que el gobierno se empeñara en la creación de más leyes, estatutos y políticas, pues con esto México crecerá como una sociedad informatizada como ya lo han hecho diferentes países, como el que a continuación se cita.

"Estados Unidos que, desde 1993 con la política Clinton-Gore, pone en marcha el que se convertiría en el más ambicioso proyecto de este país, la Infraestructura Nacional de Información o NII (The National Information Infrastructure)".²⁰

Méndez Rodríguez cita a William J. Martin y menciona que:

"El propósito de una política de información es reforzar el bienestar general a través de la difusión, a toda la sociedad y la economía, de los beneficios de la información y las tecnologías asociadas a ella".²¹

Solo nos queda decir, que toda institución tiene la obligación de establecer políticas con el propósito de facilitar el acceso a la información y asegurar que la importancia de las políticas radica en el mejoramiento de la transmisión, difusión y conservación de toda la información generada.

1.1.4 Características de las Políticas de Información.

El diseño adecuado de políticas de información ayuda a cumplir con la misión de organizar y alcanzar los objetivos de la organización y fomentar la comunicación interna y externa de la misma.²² Para poder plantear o formular políticas de

²⁰ DOMINGUEZ ARTEAGA , *op. cit.*, p.4.

²¹ *Ibidem.*

²² ALMADA NAVARRO, *op. cit.*, p5.

información es necesario conocer la situación actual de la institución. Ya que existen diferentes entidades, Departamentos o empresas que generan información las cuales pueden ser públicas o privadas.

Al respecto, Hill menciona que:

"Las políticas de información se diseñan para encontrar las necesidades y regular las actividades de los individuos, la industria y el comercio, de todos los tipos de instituciones y organizaciones y de gobiernos nacionales, locales, o supranacionales. Deben regular la capacidad y la libertad de adquirir, poseer y guardar la propia información, usarla y transmitirla".²³

Han sido muchas las acciones realizadas para la propagación del establecimiento de políticas de información internacionalmente, como mencionan Ros y López que en la década de los setenta, hacen referencia a tres organizaciones internacionales preocupadas por el diseño de las políticas nacionales e internacionales en información y documentación a saber: La Comunidad Económica Europea, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico y la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura. La participación de la UNESCO en este sector ha sido y es de una notable importancia, a partir del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) que preconizaba el derecho a la información, es decir el derecho a emitir y recibir información.²⁴

Almada menciona que:

"Para diseñar políticas de información de manera amplia o para un sector o una institución determinada, se requiere contar con un "régimen" que permita delimitar el campo temático determinado, y se requiere también hacer un análisis de los agentes y actores involucrados, y conocer los diversos intereses de esos participantes; asimismo es necesario hacer un análisis de las políticas, el marco legislativo y las normas, reglamentos y procedimientos que tienen o podrán tener una relación con el sector. Para hacer tal análisis se deberá aplicar el marco teórico metodológico que se considere más adecuado para la finalidad que se persigue. Existen diversos métodos cuantitativos y cualitativos que apoyan el análisis de políticas de información, enmarcado en conceptos diversos, tales como: el análisis de

²³ HILL, MICHAEL W. *Information policies: premonitions and prospects*. Journal of Information Science. Vol. 21. N°.4. 1995, p. 279.

²⁴ LOPEZ YEPEZ, José. "Cambio social y política de información y documentación en España". Documentación de las Ciencias de la Información [en línea] 1995; no. 18 [Fecha de consulta 21 de mayo del 2015] Madrid: Universidad Complutense. Disponible en : <http://www.revistas.ucm.es.pdf> .p 279

contenidos, el análisis de redes sociales y el análisis de actores y agentes involucrados, entre otros".²⁵

A partir de lo anterior y para caracterizar las políticas de información, Almada las conceptualiza de la siguiente manera:

- es un campo de interés político relativamente nuevo;
- involucra a un gran número de grupos diversos de actores;
- las decisiones que se tomen sobre la "información" pueden tener también un impacto enorme sobre eventos y políticas de otras Áreas y sectores, y
- las políticas de información que se tomen en los diferentes niveles de decisión de las estructuras políticas y sociales, de lo local a lo global, serán, notablemente, interdependientes.²⁶

Por su parte Montviloff señala de manera más completa los elementos fundamentales para la formulación de las políticas de información.

1. *Desarrollo de recursos y servicios de información: incluye la producción y compilación de información, el personal, la tecnología y los servicios, etcétera.*
2. *Acceso a la información y su difusión efectiva: comprende sectores como la comercialización de los recursos de información, la gestión de esos recursos, etcétera.*
3. *Promoción del uso efectivo de información: abarca la capacitación de los usuarios para buscar y aplicar la información; así como la elevación de su percepción con respecto a la utilidad de la información, etcétera.*
4. *Desarrollo y coordinación de las actividades nacionales de información: contempla el funcionamiento de un sistema de apoyo a la adopción de decisiones, evaluación, etcétera.*
5. *Participación en actividades internacionales de información: comprende sectores problemáticos como los flujos de datos transfronterizos, la transferencia de tecnología de información, las redes para compartir los recursos de información, entre otros.*²⁷

Sin embargo, el formular políticas de información exige todo un trabajo de investigación pues como menciona Wesley, al proponer políticas de información se deben tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- Determinar la situación actual de la información.
- Evaluar las repercusiones de la situación política.

²⁵ ALMADA NAVARRO, *op. cit.*, p4.

²⁶ ALMADA NAVARRO, *op. cit.*, p3.

²⁷ MONTVILOFF, Víctor, *op. cit.*, p.17.

- Formular una política basada en dicha evaluación para obtener su aprobación por la autoridad competente.²⁸

Otro factor determinante para saber dónde y cuándo formular políticas de información es conocer el entorno. Montviloff menciona algunos aspectos sobre las características de los países que carecen de políticas de información, ya que es de suma importancia conocer el estado actual de los mismos con el objetivo de reflexionar y posicionarnos en el lugar real en que se encuentra nuestro país al respecto.

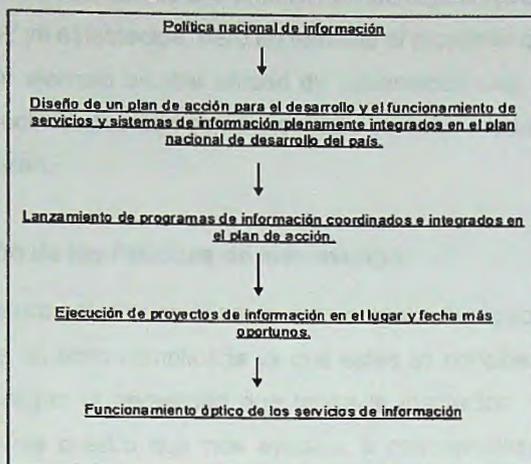
- *países que cuentan con escasas infraestructuras de la información y ninguna política al respecto, cosa que suele ocurrir en los menos adelantados.*
- *países que cuentan con infraestructuras de información pero no tienen ninguna política este respecto; podría tratarse de países en desarrollo más adelantados o de países desarrollados que han establecido ya algunos servicios de formación pero no han identificado claramente un organismo nacional ni tienen legislación al respecto.*
- *países que cuentan con una política de información pero con pocas infraestructuras desarrolladas; puede tratarse de países desarrollados o de países en desarrollo que han emprendido ya la formulación de un marco legislativo.*
- *países que han elaborado infraestructuras de información y cuentan con una o varias políticas; se trata de países adelantados que tienen políticas de información pero que no han armonizado su proliferación.*²⁹

Lo mismo muestra Montviloff en el siguiente esquema:

²⁸ WESLEY TANASKOVIC, Inés. "Directrices sobre política nacional de información". París: UNESCO, 1987.p17.

²⁹ MONTVILOFF, Víctor, *op. cit.*, p.10.

Esquema 1. Acción de Seguimiento de la Política Internacional de Información.



Fuente: Montviloff, Victor. *Políticas Nacionales de Información*. En: Manual para la Formación, Aprobación, Ejecución y Funcionamiento de una Política Nacional de Información. Programa General de Información y UNISIST. Paris: UNESCO, 1990, p 9.

A manera de conclusión se podría decir que las características que debe tener una política de información son:

- Ser congruentes con las demás políticas de los distintos ámbitos como, social, económico, cultural, histórico, escolar; sin causar alguna distensión.
- Deben interactuar estrechamente no solo con archivos ni bibliotecas, sino también con instituciones generadoras de información y telecomunicaciones.
- Las políticas de información deben de ser flexibles a cambios con el propósito de fomentar el bienestar de la información y el usuario.

No todas las políticas de información van a ser iguales para las instituciones generadoras de información pues algunas, pueden ser directas o indirectas y el grado de rigidez cambiará de acuerdo a la institución; aunque ya existen algunas leyes nacionales sobre el uso de la información que ayuda de alguna forma a la circulación de la información en las instituciones.

Debemos de tener en cuenta que una política es más específica si puede plantearse con base a una ley ya establecida, pero en realidad el propósito que tiene es regular una actividad; por ejemplo en una unidad de información una política se plantea para que ciertas actividades den como resultado un buen producto a través de los servicios que ofrecen.

1.1.5 Formulación de las Políticas de Información.

Al revisar la literatura anterior se observa que la conceptualización sobre políticas de información es un poco complicada ya que éstas se conciben desde diferentes puntos de vista según la necesidad que tenga la institución. A continuación se muestra el siguiente cuadro que nos ayudara a conceptualizar las políticas de información para su posterior formulación y poder elegir la vertiente que más convenga para el desarrollo de políticas de información dentro del Área a estudiar.

Cuadro 1.conceptualizacion de las políticas de información desde diferentes puntos de vista.

Autor	concepto
Ponjuan	Un plan para el desarrollo de los datos, recursos y servicios de información.
Montviloff	Principios y estrategias para orientar un curso de acción.
Weingranten	Un conjunto de leyes que motivan o desmotivan el uso, almacenamiento de la información.
Galán	Desarrollo de estrategias para el mejoramiento del uso de la información

Elaboró: La autora.

Como ya se ha dicho, al formular políticas de información es necesario conocer la situación de la institución realizando una evaluación sobre los recursos que se tienen para poder identificar el grado de exigencia que deberán tener dichas políticas; pues a partir de ellas se plantean las metas, objetivos y beneficios que se pretende obtener para la institución.

Es necesario además, al formular políticas de información tener en cuenta diferentes factores como los que menciona Montviloff:

- educativos, es decir, la necesidad de desarrollar sistemas educativos orientados hacia la información.
- económicos, es decir, la necesidad de asignar recursos financieros e infraestructurales suficientes al desarrollo de servicios de información.
- políticos, es decir, la necesidad de incluir las actividades de información entre las prioridades del desarrollo.
- administrativos, es decir, la necesidad de identificar una administración suficientemente sólida para tomar la delantera en la formulación de una política de información.
- profesionales, es decir, la necesidad de convencer a los propios profesionales de la información de la necesidad de disponer de una política nacional en la materia.³⁰

Los objetivos de la institución, son el elemento de donde deberán surgir los planteamientos para crear políticas de información es por eso que no debemos olvidarlos ya que, en el futuro permitirán regular toda acción que realice el personal de la institución.

Por su parte Sánchez y Grañan mencionan algunas consideraciones previas al formular políticas de información:

- La información. es un recurso estratégico en el desarrollo de las organizaciones a nivel nacional.
- Papel del profesional de la información. El desarrollo de políticas en este sentido deberá contar con dos niveles cuya ejecución se sustentará con una definición racionalmente estructurada de los objetivos a alcanzar.

³⁰ MONTVILOFF, Víctor, op. cit., p13

- Tratamiento de la información. en las organizaciones en consonancia con la gerencia de sistemas de información. Se logrará de antemano una descentralización en las estructuras organizacionales, mediante la planeación estratégica.
- Desarrollo de una infraestructura tecnológica. en las organizaciones. Atender a este aspecto garantizaría a las organizaciones disponer de una infraestructura tecnológica adecuada que permita el acceso directo, racional y pertinente a los productos y servicios de información.

Se puede decir que las políticas de información se formulan y moldean según las necesidades de la institución estas pueden ser generales o específicas, regulando cada una de las actividades que ahí se realizan.

El formular políticas de información adecuadas en las organizaciones permitirá según Montviloff, obtener los siguientes resultados:

- definición del objetivo general de la política nacional de información y justificación de su necesidad.
- evaluación del concepto y alcance nacional de la política nacional de información.
- identificación de las principales cuestiones que debe comprender la política nacional de información.
- selección de las principales etapas de una estrategia para la aplicación y funcionamiento de la política nacional de información.³¹

De acuerdo a lo establecido en la literatura que analiza el tema en cuestión, se puede decir que una política de información actuara de diferente manera sin alterar el producto deseado por ejemplo, en el siguiente cuadro se muestra una serie de caracteres que se le pueden adjuntar a una política de información de acuerdo a la necesidad de la institución.

³¹ MONTVILOFF, Víctor, op. cit., p.16

Cuadro 2. Función de una política de información según la necesidad de la institución.

Una política de información puede tener diferentes funciones según las necesidades de la institución. De acuerdo a la literatura una política de información puede ser:	Un plan de acción
	Un lineamiento
	Una estrategia
	Una misión
	Un objetivo
	Regla
	Meta

Elaboró: La autora.

1.1.5.1 Ejemplos de Políticas de Información para la Regulación de los Servicios de Información.

En el siguiente apartado se muestran dos ejemplos sobre políticas de información en dos instituciones en donde se pueden observar las diferentes funciones de una política.

1.1.5.1.2 Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento del Municipio Benito Juárez Quintana Roo.

En este primer ejemplo las políticas de información se han establecido como estrategias a fin de mejorar y documentar el procedimiento, la administración y la responsabilidad de las actividades y documentos producidos por la Dirección de Comunicación Social, pues es la encargada de difundir el quehacer diario del ayuntamiento del Municipio de Benito Juárez en el Estado de Quintana Roo; esta dirección ha usado las políticas de información como estrategia de mejora y capacitación del personal; además las ha establecido de una forma específica por cada Área que la conforman.

Algunas políticas que ha desarrollado son:

- **Boletines de Prensa:** los boletines serán escritos por la reportera de guardia o quien designe el subdirector de la difusión. Nunca el archivo deberá

moverse de la maquina donde es generado para su corrección. Será corregido primero en papel por alguno de los subdirectores; para su posterior envío a los medios impresos y a la página web del ayuntamiento. Así como ningún boletín podrá ser enviado si no es con la corrección de los subdirectores o el director de comunicación social. Estas normativas se aplicaran a todos los documentos que se generen en prensa escrita: fichas informativas, versiones escritas, pie de foto, foto-notas, notar informativas clasificadas como notas de gobierno. Cumpliendo el tiempo no superior a una hora de cubrir el evento.

- **Síntesis y recorte periodístico:** deberá contener las noticias y columnas más sobresalientes referidas al ayuntamiento y recoge las voces ciudadanas que hablan de la gestión del presidente municipal. Con la finalidad de agilizar su lectura solo contiene las categorías temas: municipales, seguridad pública y temas relevantes del día.³²

En el ejemplo anterior se pueden observar las políticas de información desde un punto de vista estratégico, ya que se han establecido con el objetivo de regular los procedimientos que se llevan a cabo en la dirección.

1.1.5.1.3 Biblioteca de México, Políticas de Información para regular el acceso y uso de los servicios digitales.

La Subdirección de Tecnologías de la Información de la Biblioteca de México ha establecido políticas con un enfoque de reglas, pues como se sabe las política dentro de una empresa o institución pueden proponerse de esta manera, y en este caso lo que se busca es una política que exprese como tener un orden y control de los servicios que en la biblioteca se ofrecen.

Algunas políticas ya establecidas en esta biblioteca son:

³² Dirección de Comunicación Social. "Manual de Procedimientos". Benito Juárez, Quintana Roo: Ayuntamiento del Estado de Quintana roo.2010. p. 5.

- La Biblioteca debe promover el acceso y uso públicos, equitativos y gratuitos a la información, las computadoras e Internet para todas las personas, sin distinción por motivos de edad, etnia, género, religión, ideología, nacionalidad, idioma, condición social, situación económica o nivel de escolaridad.
- La Biblioteca tiene la responsabilidad de facilitar y fomentar activamente el acceso público responsable a la información y la comunicación de calidad, sin aplicar alguna forma de censura ideológica, política, religiosa o económica.
- Para la efectiva aplicación del reglamento, y ante usuarios que lo infrinjan, la Biblioteca puede cancelar el servicio y, en caso de ser necesario, recurrir a la autoridad competente y seguir la acción legal que corresponda.³³

Con estos dos ejemplos se puede observar que no importa el ámbito social donde se encuentre la información, al final siempre será necesario establecer las políticas que ayuden a dirigir las acciones para el mejor logro de los objetivos y metas planteados en la institución u organización; pues las políticas de información son universales ya que su objetivo es controlar el uso y acceso a la información este donde este.

1.2 Servicios de Información.

1.2.1 Definición de Servicios de Información.

Los servicios de información son aquellas actividades especiales que se brindan dentro de una institución generadora de información con el fin de satisfacer las necesidades informativas de los usuarios.

³³ Biblioteca de México. *Subdirección de Tecnologías de la Información; módulo de servicios digitales. Reglamento de acceso y uso de los recursos digitales de la Biblioteca de México.* [en línea][fecha de consulta 18 de junio del 2015]. Disponible en: http://www.bibliotecademexico.gob.mx/documentos_PDF/ReglamentoServiciosDigitales.pdf

"Los estudiosos en bibliotecología los definen como: la relación permanente entre usuario de la información y bibliotecario, cuyo objeto consiste en que el usuario sea satisfecho y contento con el desempeño del bibliotecario o de la organización informativa al final de la consulta o del proceso informativo".³⁴

A partir de este enunciado, se podría decir que los servicios de información documental son el conjunto de etapas sucesivas, en las que el profesional de la información realiza diversas tareas con el fin último de satisfacer en forma personalizada las necesidades de los usuarios para que accedan a la información de una forma eficiente y eficaz. Por lo general el bibliotecario que desempeña este servicio ayuda al usuario/cliente en la búsqueda de artículos de periódico, artículos de revista, u otros materiales que le puedan ayudar a crear nuevo conocimiento en su determinada línea de investigación.³⁵

También a los servicios, se les ha definido como:

"La razón de ser de toda institución generadora de información, es por ello que todas sus funciones se encaminan a la satisfacción de las necesidades de información de sus usuarios. Esta relación usuario/institución se establece a través de los servicios, como actividades identificables e intangibles, que el profesional de la información ofrece al usuario".³⁶

Un elemento fundamental para que se ofrezca un buen servicio, es el personal de la institución que debe contar con una serie de cualidades tanto personales como profesionales y de conocimientos, aptitudes y actitudes para brindar estos servicios con calidad. Además de lo anterior el bibliotecario encargado de servicios deberá contar con una amplia cultura general y conocer al pie de la letra la técnica bibliográfica y los procedimientos del proceso de comunicación y de investigación científica.

Rojas define los servicios de información como:

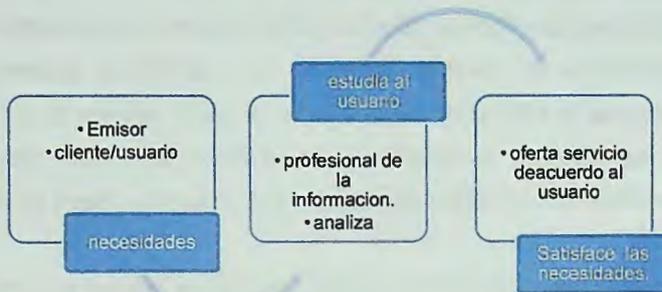
³⁴ LEVITT, T. *Panorama de Management y Gestión, CDI-MECON: Usemos el criterio industrial en los servicios*, Theodore. Buenos Aires: Organización y Desarrollo Empresarial, 1987.

³⁵ Tomado de los apuntes de la materia servicios especializados de información. En 8 semestre de la licenciatura de ciencias de la información. impartida por el profesor Eduardo Oliva Cruz.2013.

³⁶ Enciclopedia ECURED. "servicios de información". La habana Cuba, 2009[en línea] disponible en: [Ecuredhttp://www.ecured.cu/index.php/EcuRed](http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed) [Fecha de consulta 20 de noviembre 2014]

"Las actividades, beneficios que una parte ofrece a otra. Su fin es satisfacer una necesidad. En esencia son intangibles, pero su producción puede estar ligada a un bien o producto físico, el que a su vez puede generar un servicio ; la relación que se establece entre dos partes en la que una (proveedor), organiza sistemáticamente, ofrece a la otra (usuario) los resultados de la relación que se produce entre los dos recursos con que cuenta este proveedor, tanto financieros como físicos o tecnológicos, pero fundamentalmente, los de información y los humanos, estos últimos, adiestrados previamente en la gestión de todos los anteriores. En todas estas relaciones median procesos de comunicación e informacionales en general, y se llevan a cabo con el objetivo de satisfacer las necesidades de información, tanto implícitas como explícitas por la parte receptora, cuyo conocimiento por el proveedor también está implícito en estas relaciones, las que pudiendo ser lucrativas o no, en última instancia están encaminadas a, con sus resultados, elevar el nivel de aptitud de la parte usuaria, individual o colectiva para abordar problemas tanto personales como sociales".³⁷

Esquema 2. Proceso de transformación de las necesidades del usuario para ofertar un servicio.



Elaboró. La autora

Por lo tanto se podría decir que los servicios de información son todas aquellas actividades tangibles o intangibles que la unidad de información ofrece a su usuario con el fin de satisfacer sus necesidades informativas de forma eficiente y eficaz.

1.2.2 Importancia de los Servicios de Información

Los servicios de información ocupan un lugar preponderante dentro de las organizaciones, unidades, Departamentos y demás instituciones generadoras de

³⁷ ROJAS, José Luis. *Herramientas para la evaluación de los servicios de información en las instituciones cubanas*. Informe para optar por el grado científico de Doctor en Ciencias de Información. Ciudad de La Habana. Universidad de La Habana. Facultad de Comunicación. 2001, p.125.

información y en algunas instituciones ya se tienen definidos dichos servicios que tienen como objetivo el desarrollo satisfactorio de las actividades diarias tanto del personal como de los usuarios.

"Una organización es eficaz para los usuarios si llega a satisfacer sus necesidades, por lo que la evaluación de la eficacia del sistema la valora el usuario. No es suficiente que el sistema funcione, es necesario que el servicio que se brinda satisfaga al usuario y que éste lo valore de eficaz"³⁸

Pero los servicios de información no son importantes nada más por el hecho de satisfacer las necesidades de los usuarios. Son relevantes para la misma institución ya que al momento de establecer dichos servicios, la institución estudia la población a la que brindará el servicio y son el reflejo de todas las actividades, tareas y funciones que se realizan antes de ofrecer estos servicios a la comunidad. Lo que los hace aún más imprescindibles es la calidad de los mismos, pues estos representan un papel intermedio entre el usuario y el acceso a la información.

Con respecto a la calidad en los servicios de información, Fernández menciona lo siguiente:

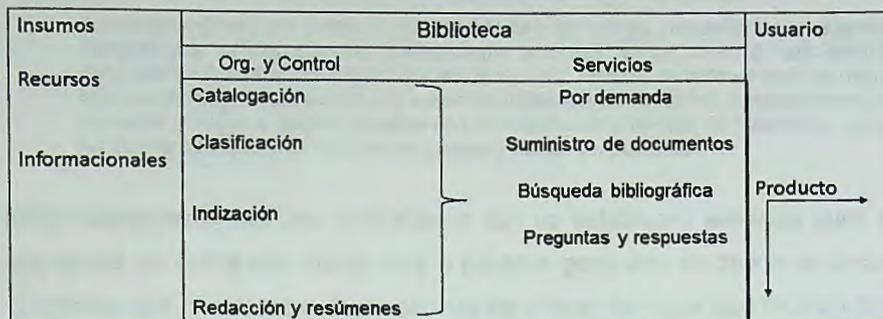
"Que el 23 de octubre de 1998 el Parlamento Europeo, en su resolución sobre el papel de las bibliotecas en la sociedad moderna, manifestaba que el tener y el saber utilizar la información constituyen un factor de integración económica, social y cultural y que, por lo tanto, es conveniente, organizar y garantizar el libre acceso de los ciudadanos a la información. Así mismo subrayaba que las bibliotecas y los servicios de información desempeñan un papel insustituible y creciente en la organización del acceso al conocimiento, en un contexto de multiplicación de medios de comunicación. Y que los bibliotecarios profesionales están especialmente capacitados para el tratamiento y la gestión de la información, lo que permite el acceso y el empleo de la información por parte de todos los ciudadanos".³⁹

³⁸ RAMIREZ, Heidi, Santovenia, Javier, Figueroa, Aleida y Vega Botana, Mónica. "Los servicios de Información Un acercamiento a su evolución". Ciencias de la Información [en línea] 2008, Vol. 39 N°. 21. p.26.

³⁹ FERNANDEZ FERNÁNDEZ, Cecilia. "La Calidad de los servicios de Información en las Bibliotecas Públicas". Revista General de Información y Documentación [en línea] 1999, Vol.9, N°. 2. pp.41-47. ISSN: 41B2-1873

Por su parte, Lancaster nos muestra un cuadro en el que se ve reflejado el trabajo del profesional de la información al ofrecer el servicio a los usuarios o clientes.

Esquema 3. Clasificación de los servicios de información



Fuente: Lancaster, F.W. *Evaluación y medición de los servicios bibliotecarios*. México: UNAM, 1983. En Enciclopedia Colaborativa en la Red Cubana disponible en: <http://www.ecured.cu/index.php/>. Elaboró: la autora

Se puede decir que la importancia de los servicios de información radica en la calidad de los mismos al momento de ofrecerlos; pues el objetivo de estos es facilitar al usuario el acceso a la información a través de los distintos tipos de documentos ya que una de las cualidades de los servicios es entregar al usuario como resultado información actual y que le sea de utilidad para la resolución de sus problemas informativos y la toma de decisiones adecuadas.

1.2.3 Importancia de los Servicios de Información en Instituciones Públicas.

Hoy en día la implementación de servicios de información se ha convertido en una necesidad no solo para las bibliotecas sino para las instituciones públicas y grandes empresas, pues debido al cambio en la sociedad en cuanto a la adquisición de información, la implementación de servicios dentro de estas dependencias han tomado una papel importante pues esto les ha traído como beneficio la socialización con sus usuarios además de tener competitividad dentro su sector.

Por otra parte la creación de servicios de información dentro de estas instituciones ha tenido como consecuencia la llamada cultura de servicios de información la cual está en constante crecimiento y según Ríos se considera como:

"La generación de una fuente de diferenciación y de ventaja competitiva con respecto a la competencia, proporcionando internamente actitudes en el personal que tendrá una repercusión directa en la satisfacción de sus clientes. Además de obtener mejores resultados con sus clientes, se observará que a medida de que ella se consolida, el esfuerzo de generar un mejor servicio al cliente, se logra con mucho menos inversión de recursos y esfuerzos, ya que se hace parte de la forma de pensar y actuar del personal".⁴⁰

Desgraciadamente muchas instituciones aún no establecen servicios pues en la actualidad, no existe una marco legal o políticas generales en donde se declare la obligación que tienen estas dependencias de ofrecer servicios que faciliten tanto al usuario como a la organización llegar a cumplir la misión u objetivos planteados.

La Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha declarado que:

"Las instituciones de educación superior, deben hacer frente a los retos promovidos por las nuevas oportunidades, a fin de permitir el mejoramiento continuo de las formas de producir, organizar, difundir y controlar el saber; así como acceder a este. Razón por cual, establece la necesidad de garantizar oportunamente la disponibilidad del conocimiento de forma oportuna a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación, en todos los niveles".⁴¹

De acuerdo a lo establecido por la UNESCO diversas Universidades ya han implementado servicios de información que se ofrecen por medio de sus páginas web, pues debido al gran número de estudiantes les es complicado dar respuesta de forma personal a cada una de las necesidades que se les presentan.

Algunos servicios que se ofrecen en las distintas Universidades son:

⁴⁰ RÍOS, Juan Manuel.-"Creación de una cultura de servicio". Liderazgo y mercado [en línea] 2008, N°.12 [Consultado 14 de octubre de 2015] Disponible en: <http://liderazgoymercadeo.com.p1>.

⁴¹ UNESCO. *La educación superior en el siglo XXI: visión y acción*. Conferencia mundial sobre educación superior. París, 1998.p2.

Sistema de Certificación Electrónica: reduce los tiempos de respuesta a los usuarios en cuanto a sus necesidades.

Transacciones Electrónicas Comerciales: Difusión y mercadeo de la producción académica e investigativa del sector universitario; accesibilidad y proyección del conocimiento institucional a la sociedad; mercadeo de libros.

Comutación Bibliográfica: Este servicio provee información documental a solicitud de usuario sobre material bibliográfico disponible en otras bibliotecas o bases de datos nacionales e internacionales.

Servicio de Información y Asistencia Estudiantil: Programa y unidades de asistencia a estudiantes e investigadores mediante un soporte tecnológico.

Servicio Digital de Información Referencial Universitaria: Difusión y socialización de la Información normativa, reglamentaria y de referencia académica institucional que respalda las funciones de docencia, investigación y extensión.

Sistemas de Alerta de Información por Grupos de Aprendizaje: Consolidar grupos de conocimiento con intereses y conocimiento afines para ofrecer actualizaciones de información⁴².

Con estos ejemplos se puede confirmar que este tipo de servicios no solo se ofrecen en bibliotecas o centros de información sino que debido al gran beneficio que aporta la implementación de estos, van en aumento en los diferentes sectores de la sociedad.

Finalmente, se puede decir que la importancia de los servicios de información dentro de las diferentes dependencias reside en responder de forma satisfactoria las necesidades de los usuarios logrando que las funciones de las instituciones se realicen de forma correcta, pues al implementar estos servicios las organizaciones se ven beneficiadas, ya que esto las hace ser más competitivas en su sector, pues con dichos servicios se puede atraer la atención del usuario o cliente facilitándole los procesos de adquisición.

1.2.4 Tipología de los Servicios de Información.

En la actualidad la tipología de los servicios de información es muy variada pues las necesidades informativas de los usuarios van en aumento, especialmente por el desarrollo de los recursos tecnológicos.

Solanelles menciona que:

⁴² PAREDES, Ana Judith. "Transformación de la cultura de los servicios de información: una visión legal y de tecnologías". Revista Venezolana de tecnología y conocimiento.2008, Vol.4, N°2. p.129

"Los servicios de información deben desarrollarse y diseñarse sobre la base de una visión de mercado, que es el resultado de la interacción y la comunicación con el cliente. La creación de servicios de información, con estrategias dinámicas, es un factor decisivo para elevar la competitividad de la empresa en el ámbito internacional".⁴³

Resulta difícil establecer los diferentes tipos de servicios que existen pues cada uno de estos se irán transformando de acuerdo a la comunidad a la que atienda por ejemplo la biblioteca escolar no puede ofrecer los mismos servicios que la biblioteca especializada como menciona Merlo:

"Los distintos servicios de información que prestan las bibliotecas varían según las informaciones que se ofrezcan. Por este motivo, se emplean distintos términos para denominar la actividad consistente en facilitar información a los usuarios. Así, se habla de servicio de referencia, servicio de información bibliográfica, servicio de orientación, de consulta, de búsquedas documentales, etc".⁴⁴

Al respecto, algunos estudiosos sobre el tema ofrecen un panorama amplio sobre dicha tipología, por ejemplo:

Según Setién

- *Servicios que facilitan el uso de documentos: Se analizan los servicios de entrega de documentos en salas de lectura y los que facilitan el uso de documentos fuera de las instituciones (préstamo a domicilio) el de publicaciones seriadas y el registro de información.*
- *Servicios que facilitan información sobre documentos. (Servicios bibliográficos). Se analizan los servicios de información señal, de referencias bibliográficas, de catálogos colectivos y los servicios de resúmenes.*
- *Otros tipos y formas de organización de los servicios de información. Servicios de información factográfica, servicio de reseñas, servicio de diseminación selectiva de la información (DSI).*
- *Servicios para categorías especiales de usuarios: niños y jóvenes.*

Según Chías

⁴³ SOLANELLES ROJAS, María Julia. "El mercadeo y los servicios de información". ACIMED [en línea] 2003, vol.11, N°.4 [Consultado 09 diciembre de 2014]. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352003000400006&script=sci_arttext. p3.

⁴⁴ MERLO VEGA, José Antonio. "El servicio Bibliotecario de Referencia". Anales de la Documentación [en línea] 2000.N°.3 .p.94.

Básicos

Considerados paradigma de la biblioteca universitaria: sala de estudio, préstamos, préstamo Interbibliotecario, informes bibliográficos. Son los más usados y se ven como mínimos por parte de los usuarios.

Periféricos

Aquellos a los que el cliente accede como resultado de su presencia a la biblioteca universitaria, y que consume como usuarios del servicio base: fotocopias, indicaciones.

Complementarios

Los que se suman a los anteriores, complementándolos y diferencian a la biblioteca universitaria de otras: instalaciones, facilidades préstamos (reserva tele, envío por correo), acceso externo.⁴⁵

Solanelles menciona que toda institución que ofrece servicios de información no debe contemplar un solo servicio para sus clientes sino varios, es decir, servicios diferentes pero interrelacionados unos con otros. De esta manera, se garantizará que el cliente obtenga una amplia información sobre cada servicio en específico y, a su vez, satisfaga plenamente sus necesidades informativas. Con ello se eleva la calidad del servicio en cuestión.⁴⁶

Sin embargo, Merlo menciona que los servicios esenciales siguen siendo los mismos, pero los soportes y los sistemas de distribución de la información y acceso a los documento han avanzado tanto que en estos momentos se puede hablar de un cambio significativo en el tipo de servicios que las bibliotecas, sobre todo las universitarias y especializadas prestan a sus usuarios.⁴⁷

Cuadro 3. Servicios de una biblioteca Universitaria.

1. Consulta de documentos	9.Préstamo de documento
2.Acceso a documento	10.Equipos e instalaciones
3.Reprografía y reproducción	11.Formación de Usuarios

⁴⁵ Enciclopedia ECURED.[en línea] La Habana Cuba, 2009 [Fecha de consulta noviembre 20 2014] disponible en: Ecured<http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed>

⁴⁶ SOLANELLES ROJAS, *op. cit.*, p.16

⁴⁷ MERLO VEGA, José Antonio. "Servicios bibliotecarios para la comunidad Universitaria". En: Orera Orera, luisa (ed.) La biblioteca Universitaria: análisis en su entorno híbrido. Madrid: Síntesis, 2005. p445.

4. Formación de colecciones	12. Actualización Bibliográfica
5. Información Bibliográfica	13. Referencia
6. Acceso a colecciones electrónicas	14. Acceso a recursos externos
7. Biblioteca digital	15. Apoyo a la docencia
8. Atención al estudiante	16. Extensión cultural

Fuente: MERLO VEGA, José Antonio. *Servicios bibliotecarios para la comunidad Universitaria*. En Orera Orera, Luisa (ed.) *La biblioteca Universitaria: análisis en su entorno híbrido*. Madrid: Síntesis, 2005. 14. Elaboró: La autora.

Para concluir se afirma que en esencia todos los servicios son iguales, pero cada uno de estos cambiará por dos razones: las necesidades informativas de los usuarios que algunas pueden ser más específicas que las otras y la institución, que de acuerdo al grado de especialidad la calidad de los servicios irá cambiando.

1.2.5 Servicios de Información en Línea.

Con el ingreso de las tecnologías de la información en las diversas actividades, el ser humano ha aumentado su necesidad de comunicarse y obtener información de forma rápida y sencilla; lo cual ha traído grandes beneficios para el desarrollo de los servicios de información ya que antes las redes de comunicación utilizadas permitían el acceso a información de forma global sin importar el tipo de usuario al que iba dirigida. Sin embargo, hoy en día los servicios que se ofertan mediante los medios de comunicación se crean bajo un perfil determinado por el tipo de sociedad al que están dirigidos.

Es por eso que en la actualidad existe un sin fin de información en la web pues ahora se ha convertido en el medio de comunicación más utilizado por las personas

ya que la mayoría de las organizaciones ha creado diversas aplicaciones con el fin de poder ofrecer, anunciarse y atender a sus usuario mediante el internet.

Las unidades encargadas de generar o resguardar información no han sido la excepción, pues con la llegada del uso de las tecnologías se les ha facilitado el poder comunicarse con sus usuarios y así mismo crear vínculos que han servido para darle visibilidad a su unidad.

Lo anterior viene a colación porque como hemos dicho, un servicio de información es toda actividad que se realiza con el objetivo de responder y satisfacer las necesidades de información de un usuario de acuerdo su perfil y a su entorno.

Según Paredes y Caldera:

"Los servicios de información en línea se crean para acceder a través de diferentes vías a los desarrollos tecnológicos desarrollados o administrados en contextos organizacionales para optimar la gestión de la información y la oportuna transferencia y socialización del conocimiento corporativo/institucional que se gesta en las unidades, sistemas y servicios de información".⁴⁸

Por su parte Gonzales señala que:

"Los servicios de información digital se presentan de forma variada (Revistas Electrónicas, Directorios, Blogs, FAQ, etc..) y esta diversidad se relaciona con la cantidad de servicios y productos disponibles y la variedad de contenidos que ofrecen, no obstante su finalidad es satisfacer las demandas de información de una comunidad de usuarios ya sea que la misma sea real o tenga un carácter potencial, para suplir tales necesidades este tipo de servicios se apoyan en el uso de herramientas tecnológicas de almacenamiento, tratamiento y recuperación de la información, esta dependencia de las aplicaciones informáticas define la arquitectura de información de los mismos y los escenarios de comunicación en las redes de transmisión de datos".⁴⁹

⁴⁸ PAREDES Ch, Ana Judith; Caldera M, Edixson. "Servicios Virtuales de Información: un enfoque de competitividad en la sociedad del conocimiento". Revista Venezolana de Información Tecnología y Conocimiento. [en línea] p.80.2006 Año. 3. No.1. enero-abril, 2006.

⁴⁹ GONZALES Cam, Celso. *Desarrollo de Servicios Digitales en las Bibliotecas: Nuevos retos y nuevos escenarios*. [en línea] [fecha de consulta 22 de mayo del 2015] disponible en: http://eprints.rclis.org/8485/1/Desarrollo_de_servicios_digitales_en_las_bibliotecas_-_20%E2%80%A6.pdf

En razón de lo anterior, se considera que los servicios en línea son diseñados y adaptados a un cierto grupo de personas para su acceso y disponibilidad de los recursos de forma eficiente y eficaz a través de las vías de comunicación que existen en el internet. Estos servicios ofrecen información actualizada pues entre sus funciones está el permitir al usuario adquirir un beneficio que le proporciona la institución además de tenerlo al tanto de la información que se genera sobre un determinado tema.

Pero la importancia que tiene la oferta de estos servicios dentro de las distintas organizaciones es poder trascender y evolucionar en la era de la tecnología junto a sus usuarios; pues en ocasiones es difícil para una institución el poder adquirir productos tecnológicos y esto tiene como consecuencia el desconocimiento de la institución y un rezago tecnológico.

1.2.5.1 Características de los Servicios en Línea.

El tema sobre los servicios de información es de reciente creación por lo mismo aún no se ha logrado establecer oficialmente las características específicas de los servicios de información pues son muy variados de acuerdo a las necesidades de los usuarios y de las distintas instituciones.

Sin embargo, Tramullas menciona algunos rasgos sobre las características que podrían tener estos servicios:

- Como primer rasgo evidente se tiene el predominio de la utilización de información digital que en la mayor parte de los casos no existe materializada en estructuras físicas (análogas).
- Se denota la dependencia electrónica en las fases de la cadena sistémica documental: Entradas, tratamiento y salidas.
- No es necesaria la coincidencia en el espacio entre el usuario y el sistema de internet para hacer uso de los servicios de información digital, posibilitando la creación de espacios de comunicación sincrónica y asincrónica entre los usuarios y los responsables del sistema de internet.

- La formación de colecciones de recursos digitales de información se concentra por igual en la identificación, adquisición y disposición de los objetos de información almacenados en los recursos externos, implicando con esto un acceso directo y transparente a los documentos con independencia de su almacén de conservación.
- Flexibilidad en el uso de las técnicas de organización y presentación del servicio generando manipulación heterogénea en la optimización de las colecciones de recursos digitales.
- La recuperación de información se descarga en el usuario y por lo regular esta actividad suele ser posterior a la difusión del servicio.
- Mejor identificación de las necesidades de usuario (diseño descendente) por medio de los permisos de acceso ya que se permite conocer con mejor precisión sus conductas y habilidades informacionales⁵⁰.

Tener en cuenta las características de cualquier servicio o producto a desarrollar es de gran importancia pues sirven como guía para la planeación, implementación y el uso de los recursos utilizados de forma correcta. Según Prada en cuanto a la planificación de servicios digitales de información se debe mencionar que la misma debe comprender todos los elementos que componen un servicio, es decir la colección de objetos, los procedimientos para la formación de los mismos, su almacenamiento, la organización, el análisis y mantenimiento integral de la colección, el tipo de usuario, la presentación del sistema y la información, la interfaz de operación usuarios/sistema, los medios de recuperación, la plataforma tecnológica, el recurso humano, los productos y servicios específicos y los recursos físicos y de financiamiento para mantener el servicio.⁵¹

Otras características son las que menciona Prada cuando cita a Giappiconi, Pirsich y Hapel, que presentan los siguientes términos característicos de un servicio de información:

⁵⁰ TRAMULLAS, J; Garrido, P. *Software libre para servicios de información digital*. Madrid: Pearson Prentice Hall, 2006

⁵¹ PRADA MADRID, Ennio. *Sistemas y servicios digitales e híbridos de información*. [en línea][Fecha de consulta 17 de junio de 2015] .disponible en: <http://eprints.rclis.org/10809/>.

- Ser asimilable y abarcable para los usuarios.
- Ser dinámico en su contenido y forma.
- Ofrecer respuestas oportunas a las consultas formuladas.
- Transmitir muestras de profesionalismo y alta calidad del servicio.
- Poseer un sentido de la estética.

Las características dadas por los citados autores se consideran más técnicas que las que menciona Tramullas; pues hacen mayor énfasis en las características que deberán tener los servicios de información en línea para mejorar el mercadeo dentro del internet.

1.2.5.2 Tipos de Servicios de Información en línea.

Debido a la gran demanda en el uso de las tecnologías en la vida cotidiana de las personas, las instituciones se han creado diferentes servicios que se ofrecen mediante el internet, pues en la actualidad existe un sin fin de recursos tecnológicos que sirven para comunicarse de forma rápida sin ningún inconveniente. Además el creciente número de documentos como revistas, libros, boletines, periódicos, entre otros; creados con la ayuda de la digitalización ha traído como consecuencia la implementación de diferentes aplicaciones que sirven como vínculo para su organización y difusión.

Según la literatura los tipos de servicios de información que se ofrecen actualmente en el internet son:

- **Webs corporativas:** *Son sedes webs que agrupan información referente a una organización. Pueden ser webs institucionales o bien webs de asociaciones o colectivos. Se caracterizan por disponer de información de la propia organización. En el caso de las webs gubernamentales también disponen de información temática del territorio donde actúan. Las webs corporativas de empresas son demonizadas también web comerciales y no resultan de mucho interés para las búsquedas de información académica pues solo disponen de catálogos e información comercial.*
- **Webs personales:** *Son sedes web temáticas mantenidas por una persona o colectivo que publican información en la Red sin mostrarse vinculadas a una organización o institución. Acostumbran a presentar información del ámbito académico que conocen. Se pueden configurar como portales temáticos si agrupan mucha información o bien*

pueden también utilizar aplicaciones con los blogs que permiten actualizar permanentemente la información.

- **Portales temáticos:** Son sedes web que agrupan documentos y servicios para dar acceso a información específica. Están dirigidos a un público especializado. Muchos de ellos se caracterizan por ofrecer otros recursos en línea a sus usuarios como son grupos de discusión, noticias. Algunos incluyen recursos electrónicos de acceso abierto por temas. La información que presentan es de calidad pues son creados y mantenidos por expertos que seleccionan la información. Normalmente dependen de instituciones académicas que se ocupan de su constante actualización.
- **Revistas electrónicas:** Se trata de revistas especializadas en versión digital. La edición electrónica permite la más rápida distribución de los contenidos y la actualización inmediata. Posibilita la creación de colecciones digitales y la implementación de servicios añadidos como por ejemplo motores de búsqueda a diferentes niveles, servicios de alerta de contenidos o artículos de un Área temática.
- **Prensa y hemerotecas digitales:** Uno de los servicios que ofrece la prensa digital a sus usuarios hace diferencia más claramente de la prensa impresa es el acceso y consulta a los contenidos retrospectivos del propio medio gracias al mantenimiento de archivos. Las hemerotecas digitales facilitan la consulta y recuperación de información de prensa. Por el hecho de contener información de actualidad, constituyen un recurso de información de especial interés en distintos contextos donde se requiera este tipo de información. Disponen de un sistema de consulta con diversas modalidades de búsqueda.
- **Bases de datos:** Una base de datos es un conjunto de información almacenada de manera automatizada y organizada por registros y campos que permite recuperar cualquier tipo de información: referencias, documentos textuales, imágenes, etc. La mayoría de bases de datos contienen referencias. Organizan y estructuran la información con el objetivo de facilitar su recuperación.
- **Catálogo de bibliotecas:** Un catálogo es una base de datos que nos permite conocer qué materiales (libros, revistas, DVD, CD-Rom) tiene una biblioteca, donde se localizan estos documentos y que disponibilidad disponen. El catálogo es la herramienta principal que dispone una biblioteca para localizar información. Su objetivo es poder recuperar la información disponible en la biblioteca.

En el catálogo encontramos:

Los datos descriptivos que representen el documento.

Los datos de localización de este documento dentro de la biblioteca.

Los datos referentes a su disponibilidad.⁵²

Con un sin fin de aplicaciones que existen a partir del uso de las tecnologías de la información ya no resulta difícil ofrecer un servicio a través del internet; pues esto ha mejorado la comunicación entre las personas. El ofrecer un servicio de información más bien consiste en saber formular, y plantear el plan de acción con el cual funcionara de manera correcta el servicio; otro factor importante para plantear un servicio es conocer concretamente a las necesidades de los usuarios a través de la realización de un perfil y una estrategia de búsqueda eficiente, que

⁵² Elementos de los servicios de información digital. [en línea][fecha de consulta 17 de junio de 2015] disponible en: <http://www.bibliotecaescolar.info/castbiblitecadigital/serveis.htm>.

ayudara a ofrecer servicios de información encaminados a satisfacer las necesidades específicas del usuario.

Capítulo 2. El Departamento de Computación y Procesamiento de Datos

En el presente estudio se revisa el resultado del análisis de los Departamentos de Comunicación Social dentro de las distintas Universidades estudiadas. En primer lugar se toman en cuenta las Universidades nacionales y posteriormente las internacionales, lo cual sirvió como pauta para descubrir el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí pues como bien se sabe los Departamentos de Comunicación Social son los encargados de difundir y defender el quehacer dentro de la Universidad a través de los distintos medios de comunicación.

Por lo tanto en el estudio se trata de establecer la importancia que tienen estos Departamentos dentro de las Universidades además de que son importantes productores de información, lo cual sirve como fundamento la apertura de información relevante para la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Capítulo 2. Los Departamentos de Comunicación Social en las Universidades.

En el presente capítulo se muestra el resultado del análisis de los Departamentos de Comunicación Social dentro de las distintas Universidades estudiadas. En primer lugar se toman en cuenta las Universidades nacionales y posteriormente las internacionales, lo cual sirvió como pauta para descubrir el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí pues como bien se sabe los Departamento de Comunicación Social son las entidades encargadas de difundir el quehacer diario de la Universidad a través de los distintos medios de comunicación.

Por lo tanto en el análisis se trata de esclarecer la importancia que tienen estos Departamentos dentro de las Universidades además de que son importantes productores de información; lo cual trae como consecuencia la aportación de información relevante para la comunidad universitaria y la sociedad en general.

El análisis consiste en una investigación acerca de los documentos que generan, los servicios que ofrecen, como difunden la información que generan y como la organizan.

2.1 Definición de Departamentos de Comunicación Social.

Los Departamentos universitarios se pueden definir como los órganos internos encargados de dirigir, promover, resguardar y difundir cada una de las actividades de Secretaría Administrativa de la Universidad, con el objetivo de satisfacer las demandas de la comunidad universitaria.

García define los Departamentos universitarios como; los organismos semi-autónomos cuyo objetivo es promover, entre el colectivo de profesores universitarios que lo forman, funciones docentes e investigadoras, impulsando su permanente actualización científica y pedagógica. Estos objetivos definen los compromisos contractuales asumidos por los miembros del Departamento.⁵³

Se puede decir que los Departamentos universitarios son brazos fundamentales de la Universidad cuyo objetivo, es fomentar y facilitar el desarrollo de la educación y así mismo ayudar a la comunidad universitaria con la difusión de programas educativos que atienden las demandas de los mismos por ejemplo los Departamentos de Comunicación Social, son entidades encargadas de crear, difundir y organizar diferentes actividades dentro y fuera de la Universidad para fomentar el conocimiento sobre la vida universitaria.

"La Universidad de Tabasco define los Departamentos universitarios como los encargados de dar seguimiento a los convenios institucionales en proceso y establecidos con los sectores educativo, productivo, gubernamental y social, con la finalidad de impulsar una vinculación más estrecha, pertinente y permanente de la Universidad con su entorno".⁵⁴

En esencia los Departamentos o también llamados Coordinaciones de Comunicación Social son aquellos órganos encargados de difundir y crear una memoria de las actividades o acontecimientos importantes de la comunidad

⁵³ 43 GARCÍA SÁNCHEZ, Isabel María. *"Memorias de actividad en los Departamentos Universitarios"*. Auditoría Pública [en línea] 2006, n° 38 [Fecha de consulta 21 de mayo del 2015] Salamanca: Universidad de Salamanca. Disponible en : http://www.auditoriapublica.com/hemeroteca/200604_38_17.pdf .p 17

⁵⁴ Universidad Autónoma de Tabasco. *Departamentos Universitarios*. [en línea] [Fecha de consulta 23 de mayo del 2015] Disponible en: <http://www.uat.com>

universitaria y así mismo colaborar en el desarrollo de proyectos de los distintos Departamentos.

2.1.1 Funciones de los Departamentos de Comunicación Social.

Las funciones que tienen los Departamentos de Comunicación Social de las diferentes Universidades siempre van a variar de acuerdo a la comunidad universitaria a la que pertenecen.

García menciona dos funciones generales de los Departamentos de Comunicación social:

- *Coordinar e impartir las enseñanzas en todos aquellos centros cuyos planes de estudio integren asignaturas adscritas a las Áreas de conocimiento que comprende.*
- *Promover entre sus miembros la investigación universitaria mediante, entre otros procedimientos, la promoción de proyectos de investigación y tesis doctorales.⁵⁵*

Es difícil especificar las funciones nacionales o internacionales para los Departamentos universitarios ya que cada uno de estos tiene diferentes objetivos, metas y visiones pues operan de manera distinta es por eso que aún no se encuentran establecidas oficialmente. Sin embargo, algunas instituciones han querido establecer sus funciones con el fin de satisfacer las demandas de la comunidad universitaria.

La Universidad Autónoma de México propone algunas funciones generales de los Departamentos universitarios y que pueden aplicarse a la mayoría de estos:

- *Sistematizar la información sobre convenios, acuerdos y aspectos académicos de las instituciones de educación superior con las que se han establecido relaciones de colaboración.*
- *Dar seguimiento a los programas, convenios y acuerdos de colaboración y cooperación que se desarrollen en la Universidad.*
- *Apoyar y asesorar en el establecimiento y consolidación de convenios académicos a las Divisiones Académicas y dependencias centrales de la Universidad.*

⁵⁵ GARCÍA SÁNCHEZ, *op. cit.* , p .18

- *Proponer a la Dirección de Vinculación los criterios académicos para la celebración de convenios institucionales entre la Universidad y otros organismos públicos o privados, nacionales e internacionales.*
- *Elaborar y mantener un banco de datos actualizado de los convenios realizados por la Universidad y divulgarlos a la comunidad.*
- *Promover mecanismos de coordinación con la Oficina del Abogado General para la asesoría legal en el establecimiento de los convenios.*
- *Evaluar y vigilar el cumplimiento de las políticas, lineamientos y marco normativo en el establecimiento de los convenios.*
- *Coordinar sus actividades de manera permanente con las instancias correspondientes para el óptimo desempeño de sus funciones.⁵⁶*

Cada Departamento tendrá sus propias funciones. Sin embargo, existen algunos en los que aún no se han identificado de manera clara pues muchas veces esas funciones son vistas como actividades diarias que se realizan como parte de una rutina, por último es importante señalar que es urgente que los Departamentos de comunicación social plasmen por escrito en un documento que contenga de manera puntual las funciones, tareas y actividades del Departamento con el fin de aumentar la calidad de dichas actividades.

2.1.2 Ejemplos Nacionales de Departamentos de Comunicación Social.

Los Departamentos de Comunicación Social son las entidades encargadas de difundir en la comunidad universitaria y entre la sociedad en general todas las actividades y acontecimientos de la Universidad por medio de los distintos medios de comunicación. El objetivo primordial de estos Departamentos es actualizar, difundir, capturar y organizar los eventos y actividades que se llevan a cabo en las dependencias universitarias a través de las diferentes Áreas que los conforman.

A continuación se muestra un análisis que se realizó en los Departamentos de Comunicación Social de las diferentes Universidades autónomas que existen; con el objetivo de conocer si cuentan con un Departamento de comunicación Social y el estado en el que se encuentran; además de conocer las actividades que realizan,

⁵⁶ Universidad Nacional Autónoma de México. *Funciones de los Departamentos de Comunicación Social*. [en línea]. [Fecha de consulta 25 de mayo del 2015] Disponible en: <http://www.uam.com>

los documentos que generan y los medios que utilizan para la difusión de la información hacia la comunidad universitaria.

Para poder dar algunos ejemplos de la existencia de los Departamentos fue necesario realizar una búsqueda y posteriormente un análisis en las 32 Universidades Autónomas del país que se encuentran registradas en el Consejo Nacional para Asuntos Bibliotecarios (CONPAB).

El objetivo del siguiente cuadro es mostrar la información que se recabo acerca de los Departamentos estudiados, sus antecedentes, funciones, documentos que generan, y las actividades que realizan.

Cuadro 4. Análisis de los Departamentos de Comunicación Social de las Universidades

Nombre oficial de la Universidad Y dirección web	Cuenta con Departamento / Coordinación de Comunicación Social	Se encuentra información disponible en internet.
Universidad Autónoma de Aguascalientes www.uaa.com.mx	si	si
Universidad Autónoma de Baja California Norte www.uabc.mx	no	no
Universidad Autónoma de Baja California Sur www.uabcs.mx	no	no
Universidad Autónoma de Campeche. www.uacam.mx	no	no
Universidad Autónoma de Coahuila http://www.uadec.mx	si	si
Universidad Autónoma de Colima http://www.ucol.mx	si	si
Universidad de Guadalajara http://www.udg.mx	si	no
Universidad Autónoma de Chiapas http://www.dcs.unach.mx	si	no
Universidad Autónoma de Chihuahua http://www.uach.mx	no	no
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez http://www.uacj.mx	si	no
Universidad Nacional Autónoma de México http://www.unam.mx	si	si
Universidad Autónoma Metropolitana http://uam.mx	si	no
Universidad Juárez del Estado de Durango http://www.ujed.mx	si	no
Universidad Autónoma de Guerrero http://www.uagro.mx	no	no
Universidad Autónoma de Hidalgo http://www.uaeh.edu.mx	si	no
Universidad Autónoma Chapingo http://www.chapingo.mx/	si	no
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	no	no
Universidad Autónoma del Estado de Morelos http://www.uaem.mx/	si	no
Universidad Autónoma de Nayarit http://www.uan.edu.mx/	si	no
Universidad Autónoma de Nuevo León http://www.uanl.mx/	si	no
Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca	no	no
Universidad Autónoma de Puebla http://www.buap.mx/	si	no
Universidad de Querétaro http://www.uas.edu.mx/web/	si	no
Universidad Autónoma de Sinaloa http://www.uas.edu.mx/web/	no	no
Universidad de Sonora http://www.uson.mx/institucional/servicios/	no	no
Universidad Autónoma "Juárez" de Tabasco http://www.ujat.mx/	no	no

Universidad Autónoma de Tamaulipas http://www.uat.edu.mx	si	no
Universidad Autónoma de Tlaxcala http://www.uabx.mx/	no	no
Universidad de Yucatán http://www.uady.mx/	no	no
Universidad Autónoma de Zacatecas http://www2.uaz.edu.mx/	si	no

Fuente: Consejo Nacional para Asuntos Bibliotecarios de las Instituciones de Educación Superior, A.C. Directorio.[en línea] [fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en: <http://www.conpab.org.mx/directorio.html>. Elaboró: La autora

Posteriormente se realizó un análisis en cada uno de los sitios web de las 32 Universidades autónomas que existen en el país con el resultado de que solo 18 cuentan o reconocen que tienen un Departamento o Coordinación de Comunicación Social.

Gráfica 1. Porcentaje de Departamentos de Comunicación Social que existen en las Universidades Autónomas de México.



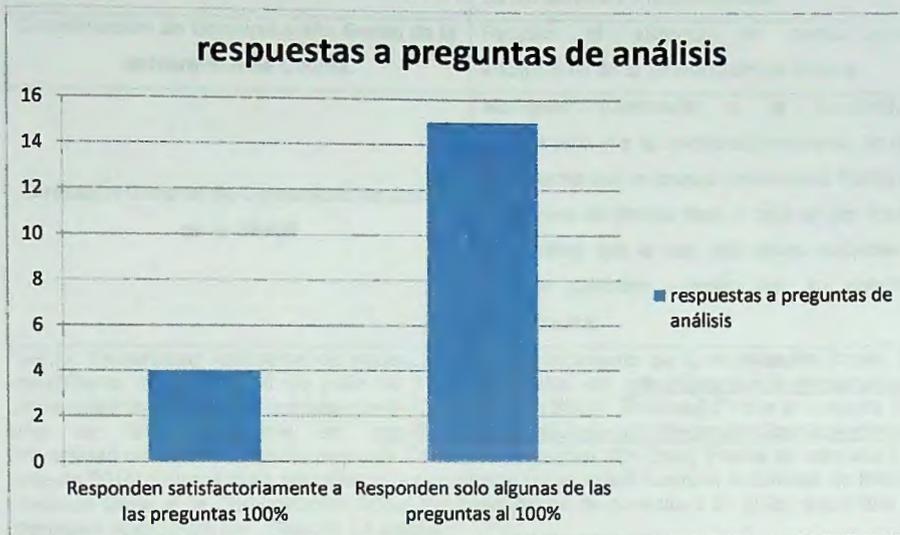
Fuente: Sitios web de las diferentes Universidades analizadas. Elaboró: La autora

Las siguientes preguntas ayudaron a recabar la información para conocer el estado de los Departamentos y realizar el análisis.

- ¿Qué función que tienen en la comunidad universitaria?
- ¿Qué documentos generan el Departamento de Comunicación Social?
- ¿Cómo organizan la información?
- ¿Qué servicios ofrecen?
- ¿Cómo difunden la información?

Al analizar la información obtenida, se observa que de los 18 Departamentos de Comunicación Social que se revisaron solo cuatro responden satisfactoriamente a las preguntas. Esto se debe a que no todos los Departamentos cuentan con un sitio web y otros solo tienen un lugar en el banner del sitio oficial de la Universidad.

Gráfica 2.Resultado del análisis de los Departamentos de Comunicación Social de 32 Universidades



Fuente: sitios web de los Departamentos de comunicación social. Elaboró: La autora.

A continuación se muestran las diferentes respuestas que dieron los Departamentos de Comunicación Social de las Universidades estudiadas.

Cuadro 5.Función de los Departamentos de Comunicación Social en la Universidad.

Departamento de Comunicación Social	Función
Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.	<p>Coordinar las acciones y actividades concernientes a la comunicación institucional, la cual busca difundir el quehacer y valores universitarios.</p> <p>Tiene como misión apoyar el desempeño de los universitarios, propiciando su integración e</p>

	identificación con la UAA, difundiendo la cultura, la ciencia y la tecnología.
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Coahuila.	Proyectar la imagen de la Universidad ante sus distintos públicos para ser reconocida como una institución líder en educación superior, en investigación y desarrollo; en la difusión de la cultura y el deporte; así como en la extensión de los servicios a la comunidad.
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Colima.	Regular el sistema de comunicación institucional de la Universidad de Colima.
Dirección General de Comunicación Social de la UNAM	Mantener informada a la comunidad universitaria y a la sociedad mexicana, de las actividades que la propia Universidad Nacional Autónoma de México lleva a cabo en las Áreas sustantivas que le han sido encomendadas y que le permiten cumplir con su objetivo fundamental.

Fuente: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Departamento de Comunicación Social. [En línea][Fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uaa.mx/rectoria/dcrp/>; Universidad de Coahuila. Departamento de Comunicación Social. [En línea] [Fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uadec.mx/index.php/dependencias/dependencia/>; Universidad de Colima. Departamento de Comunicación social. [En línea] [Fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en <http://portal.ucol.mx/cgcs/>. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Comunicación Social [en línea] [fecha de consulta 9 de junio] disponible en: <http://www.dgcs.unam.mx> . Elaboró: La autora

Como se observa los Departamentos de Comunicación social tienen una misma función aunque redactada de diferente manera pues los tres Departamentos están enfocados a la realización de actividades para la difusión del quehacer de la Universidad ya que dichos Departamentos buscan dar a conocer cada una de las actividades y logros de la Universidad de forma interna y externa. Además colaboran con el desarrollo de diferentes proyectos que son llevados a cabo por la comunidad universitaria.

Cuadro 6. Documentos que generan los Departamentos de Comunicación Social

Departamento	Documentos que genera.
Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.	<ul style="list-style-type: none"> -libros -revistas -Informes de actividades -folletos -carteles -fotografías
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Coahuila	No se encontró información
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Colima.	<ul style="list-style-type: none"> -suplementos de prensa -semanarios -publicaciones de efemérides -síntesis periodísticas -realiza estudios a la comunidad Universitaria. -fotografías
Dirección General de Comunicación Social de la UNAM	<ul style="list-style-type: none"> -boletines -el mural -presencia grafica -gaceta -quehacer universitario -agenda -voces

Fuente: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Departamento de Comunicación Social. [En línea][Fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uaa.mx/rectoria/dcrp/>; Universidad de Coahuila. Departamento de Comunicación Social. [En línea] [Fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uadec.mx/index.php/dependencias/dependencia/>; Universidad de Colima. Departamento de Comunicación Social. [En línea] [Fecha de consulta 5 de junio de 2015] disponible en <http://portal.ucol.mx/cgcs/>. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Comunicación Social [en línea][fecha de consulta 9 de junio]disponible en: <http://www.dgcs.unam.m>. Elaboró: La autora

En el cuadro se observa que la función esencial de los Departamentos es difundir el quehacer de la Universidad, esto lo hacen a través de diversos documentos; y en el caso de la fotografía sucede lo mismo ya que el Departamentos de Comunicación Social se encarga de cubrir periódicamente todos los eventos que se realizan dentro de la Universidad y fuera de ella.

Cuadro 7. Organización de la Información de los Departamentos de Comunicación Social

Departamento	Como organizan la información.
Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.	No se encontró información sobre la organización de sus documentos.
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Coahuila.	No se encontró información sobre la organización de sus documentos.
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Colima.	No se encontró información sobre la organización de sus documentos
Dirección General de Comunicación Social de la UNAM	No se encontró información sobre la organización de todos sus documentos. Sin embargo, ya ha trabajado sobre la organización de la fotografía.

Fuente: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Departamento de Comunicación Social. [En línea][Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uaa.mx/rectoria/dcrp/>; Universidad de Coahuila. Departamento de Comunicación Social. [En línea] [Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uadec.mx/index.php/dependencias/dependencia/>; Universidad de Colima. Departamento de Comunicación social. [En línea] [Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en <http://portal.ucol.mx/cgcs/>. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Comunicación Social [en línea] [fecha de consulta 9 de junio] disponible en: <http://www.dgcs.unam.mx>. Elaboró: La autora

Hasta el momento no se ha encontrado información que de fe sobre la organización de los documentos en los Departamentos, quizá porque no es uno de sus objetivos el almacenar información para ponerla al alcance del público, pero sería conveniente que se realizara la organización, pues esta les permitiría satisfacer las demandas de la comunidad universitaria.

Cuadro 8. Servicios que ofrece el Departamento de Comunicación Social

Departamento	Servicios
Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.	<ul style="list-style-type: none"> -Genera el archivo fotográfico institucional. -Cobertura de eventos y atención a las necesidades informativas de los medios de comunicación (fotógrafos de la prensa local y nacional). -Proyectos especiales de Rectoría.

	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyo a proyectos especiales de las Áreas académicas -Ilustra la Gaceta UAA, Gaceta UAA Digital y Gaceta Mural, así como la página web
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Coahuila.	<ul style="list-style-type: none"> -Atención a medio de comunicación. -Información a medios de comunicación -Memoria periodística, fotográfica y audio visual. -Gestión a las publicaciones Institucionales. -Asesoría/implementación y difusión de información. - Cobertura periodística.
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Colima.	No se encontró información sobre los servicios que ofrece.
Dirección General de Comunicación Social de la UNAM	No se encontró información sobre los servicios que ofrece.

Fuente: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Departamento de Comunicación Social. [En línea][Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uaa.mx/rectoria/dcrp/>; Universidad de Coahuila. Departamento de Comunicación Social. [En línea] [Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uadec.mx/index.php/dependencias/dependencia/>; Universidad de Colima. Departamento de Comunicación social. [En línea] [Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en <http://portal.ucol.mx/cgcs/>. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Comunicación Social [en línea] [fecha de consulta 9 de junio] disponible en: <http://www.dgcs.unam.mx>. Elaboró: La autora

La mayoría de los servicios que ofrecen los Departamentos están enfocados a cubrir las necesidades periodísticas. Sin embargo, algunos de estos servicios tienen que ver con los servicios de información ya que colaboran con la elaboración diferentes documentos universitarios.

Cuadro 9. Difusión de la Información

Departamento	Como difunden la información
Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.	<ul style="list-style-type: none"> -Boletines de prensa. -Inserciones de prensa y en otros medios de comunicación electrónica. -Páginas web. -Síntesis informativa.

Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Coahuila.	-A través de los medios de comunicación de la Universidad como internet, radio, televisión
Coordinación de Comunicación Social de la Universidad de Colima.	A través del portal de la Universidad
Dirección General de Comunicación Social de la UNAM	A través del sitio web y de los medios de comunicación.

Fuente: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Departamento de Comunicación Social. [En línea][Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uaa.mx/rectoria/dcrp/>; Universidad de Coahuila. Departamento de Comunicación Social. [En línea] [Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: <http://www.uadec.mx/index.php/dependencias/dependencia/>; Universidad de Colima. Departamento de Comunicación social. [En línea] [Fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en <http://portal.ucol.mx/cgcs/>. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Comunicación Social [en línea][fecha de consulta 9 de junio]disponible en: <http://www.dgcs.unam.mx>. Elaboró: La autora

En la actualidad el uso de las tecnologías de información y comunicación permite difundir en un mayor número de personas la información, pues con la creación de distintos programas y aplicaciones tecnológicas se ha podido captar la atención de la sociedad sin distinción alguna, ya que en este momento la mayoría de las personas tienen acceso a internet.

Para finalizar debo aclarar que, la información utilizada para la realización de este análisis fue obtenida de la revisión de las páginas web de los Departamentos de Comunicación Social de las Universidades estudiadas.

2.1.2.1 Departamento de Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de México.

El objetivo de este Departamento es:

"Informar a la comunidad universitaria y a la opinión pública lo relacionado con el quehacer académico, científico, tecnológico, cultural, deportivo y administrativo de la Universidad Nacional Autónoma de México, mediante el diseño y ejecución de programas generales de información periodística y su operación integral en los medios de información con los que cuenta la Institución, así como a través de los medios de información nacionales e

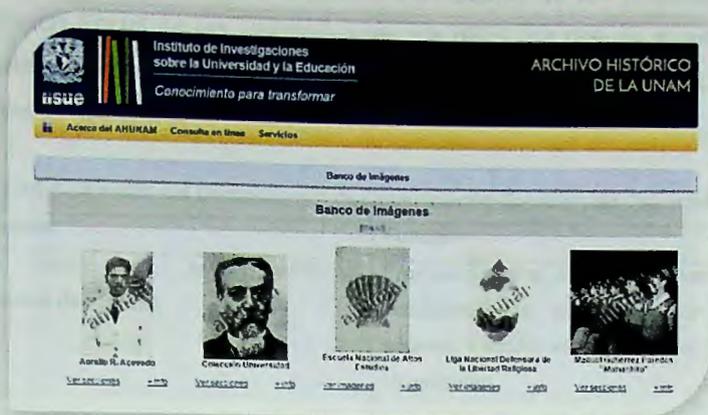
internacionales, a fin de hacer congruente y eficaz la expresión social del acontecer universitario.⁵⁷

En el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de México, se realizan actividades de manera conjunta entre el archivo histórico de la Universidad y la Dirección General de Comunicación Social que es la encargada de la producción de todas las fotografías que ahí se contienen; esta actividad también se realiza de la misma forma en la Universidad de Chile de la que se habla más adelante. Lo antes dicho ha generado gran acumulación de fotografías lo que obligo a que la colección fotográfica pasara a ser parte del Archivo General como resguardo, pues es ahí donde este acervo fotográfico se organiza y se difunde a través de la página web por medio del banco de imágenes.

En este banco, las imágenes están ordenadas por fondos que al inicio ofrecen información sobre los temas y formatos de cada fotografía que contiene el fondo seleccionado además, las fotografías están organizadas por las primeras letras del apellido del personaje que muestran; por ejemplo utilizan ARA0001 para las fotografías de Aurelio R. Acevedo. Este archivo cuenta con 1,209 270 fotografías en diversos formatos como positivos, negativos, digitales, que no sólo se pueden consultar en el Archivo sino también en la Dirección General de Comunicación Social.

⁵⁷ Universidad Nacional Autónoma de México. *Manual de Procedimientos de las Áreas Sustantivas de la Dirección General de Comunicación Social*. Procedimientos en materia de Gaceta y Mural y Proyecto. UNAM: México, 2004. p 521.

Ilustración 1. sitio web del Archivo Histórico de la UNAM.



Fuente: Universidad Autónoma Nacional de México. Archivo Histórico [en línea][fecha de consulta 8 de junio de 2015] disponible en: http://www.iiue.unam.mx/ahunam/banco_imagenes.php

2.1.3 Ejemplos Internacionales.

Para obtener una visión global sobre las actividades de los Departamentos de Comunicación Social se utilizaron los mismos métodos de búsqueda y análisis que fueron utilizados en los ejemplos nacionales; se revisaron 5 Universidades de diferentes países como; España, Argentina, Canadá, Chile, Colombia.

Cuadro 10. Análisis de las Universidades Internacionales.

Nombre oficial de la Universidad Y dirección web	Cuenta con Departamento / Coordinación de Comunicación Social	Se encuentra información disponible en internet.
Universidad Complutense de Madrid. http://www.UCM.com	si	Si pero no cubre todas las preguntas del diagnóstico
Universidad de Buenos Aires. www.uba.ar	si	Si pero no cubre todas las preguntas del diagnóstico
University of Toronto. www.utoronto.ca	no	no
Universidad de Chile. www.chile.cl	si	si
Universidad Nacional de Colombia. Http://www.unal.edu	no	no

Fuente: Sitios web de las cinco Universidades internacionales. Elaboró: La autora

La búsqueda y recopilación de la información acerca de los Departamentos de Comunicación Social de las Universidades fue difícil, ya que no todos aparecen como parte de la estructura organizacional de las Universidades y algunos tienen variaciones en el nombre.

Cuadro 11. Función del Departamento de Comunicación Social en las Universidades.

Departamento	Función
Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid.	Promover, revisar, estudiar y elevar al pleno las actividades de promoción con entidades sociales y económicas en la financiación de la Universidad.
Secretaría de relaciones institucionales, culturales y comunicación de la Universidad de Buenos Aires.	No se encuentra información en línea.
Departamento de Extensión y Cultura de la Universidad de Chile.	Se encarga de difundir toda la información sobre la Universidad a través de los diferentes medios de comunicación

Fuente: Sitios web de los diferentes Departamentos. Elaboró: La autora

Como se puede ver el nombre de los Departamentos de Comunicación Social varía ya que en las Universidades nacionales algunos son llamados Consejos, Secretarías y Departamentos, lo que implica un rango e importancia diferente de acuerdo con las funciones que tienen estos dentro de la Universidad; lo que es indudable es que todos tienen funciones similares pues se encargan de difundir y captar de forma gráfica el acontecer diario de la Universidad.

En relación a la información obtenida, debo decir que algunas de las preguntas no fueron contestadas debido a que algunas Universidades no dan la posibilidad de obtener dicha información, solo se pudo encontrar información en la Universidad de Chile y a continuación se muestra.

2.1.3.1 Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Chile.

Antecedentes:

Creado en 2006 para fortalecer las políticas y los programas institucionales de extensión y de interacción de la Universidad con el sistema social y productivo. Su misión es crear, desarrollar y coordinar instancias de interacción entre los distintos organismos universitarios, en orden a estimular y desarrollar distintas posibilidades de vinculación y proyección externa. Busca posicionar a la Universidad de Chile en el espacio público, participando con el nivel académico correspondiente a los grandes temas de la Nación aportando al mutuo enriquecimiento Universidad y sociedad.

Misión

Posicionar a la Universidad de Chile en el espacio público mediante:

1. La promoción de una relación interactiva de la Universidad con el medio.
2. La creación, desarrollo y coordinación de instancias de pro actividad interna

Ámbitos de trabajo de la extensión universitaria

1. Políticas Nacionales: actividades enfocadas a abordar temas país.
2. Políticas Institucionales: actividades referidas a la coordinación e interacción interna, así como a la promoción de la institución y posicionamiento externo de sus actividades.

Los objetivos estratégicos de Extensión y Comunicaciones de la Universidad de Chile son:

1. Vincular a la Universidad con el sector público y privado en los ámbitos de las artes, humanidades, ciencia, cultura, tecnología y actividades productivas.
2. Organizar y coordinar acciones destinadas a ofrecer espacios de reflexión y debate de las necesidades del ámbito nacional, que enriquezcan tanto el ámbito público como el institucional.
3. Organizar y coordinar programas de extensión internos y externos que aborden temas de interés
4. Aplicar y dar cumplimiento a las políticas y programas institucionales de extensión.
5. Evaluar y mantener información actualizada y accesible acerca de las actividades de Extensión de la Universidad.
6. Crear, desarrollar y coordinar instancias de interactividad interna.
7. Promover políticas y estrategias para asegurar la consistencia de las vinculaciones.
8. Ofrecer asistencia a investigadores y organismos universitarios para el desarrollo de iniciativas de interacción con instituciones externas.
9. Difundir los aportes de la Universidad a la sociedad.
10. Crear instancias de reflexión en temas de relevancia nacional que promuevan la vinculación de la comunidad universitaria con otros agentes.
11. Organizar y establecer vínculos con corporaciones, asociaciones, centros u otras agrupaciones de graduados, egresados o titulados de la Universidad.
12. Conservar las colecciones bibliográficas, documentales, fotográficas e iconográficas de la Universidad de Chile.⁵⁸

⁵⁸ Universidad de Chile. *Departamento de Extensión Cultural*. [en línea][Fecha de consulta 23 de febrero del 2015] Disponible en: <http://uchile.cl/portalesxtencioncultural>.

Esta última actividad es una de las más importantes que se realiza en el Departamento que es el encargado de resguardar como parte del archivo histórico el archivo fotográfico de la Universidad de Chile.

Este Archivo es uno los núcleos patrimoniales más relevantes de la Universidad de Chile - dependiente del Departamento de Extensión- y se cuenta como uno de los más importantes del país. Se forma sobre la base de la reunión de tres grandes unidades: La Biblioteca Central, el Archivo Histórico y la Unidad de Fotografía, Archivo y Medios Audiovisuales.

El Archivo conserva valiosas colecciones documentales, bibliográficas e iconográficas, que son parte relevante del acervo patrimonial nacional y que la Universidad pone a disposición de todos los interesados nacionales y extranjeros, tales como la Colección Neruda (libros y caracolas que el poeta donó el año 1953), la Colección Domingo Edwards Matte (impresos y periódicos hasta 1849); Colección Iconografía, Colección Desiderio Papp (Historia y Filosofía de las Ciencias).

Posee 2.500 piezas documentales, que datan del siglo XVII al XX. A ello se suman alrededor de 500.000 imágenes fotográficas. Tres de sus colecciones han sido declaradas Monumento Histórico Nacional (Colección Neruda, Colección Manuscritos y Colección Americana), en un proceso de patrimonialización que apunta a su conservación y preservación. Por otro lado, el Archivo desarrolla actividades de extensión internacional y nacional, como la puesta en marcha de la Exposición Amor al Mar en el Instituto Cervantes de Madrid y en el Consejo Nacional de la Cultura en Valparaiso.⁵⁹

La mayor parte de los fondos y colecciones de este archivo, han sido digitalizadas y se ofrece al usuario para su consulta a través de un sitio de internet lo que facilita su uso y acceso además de que captura la atención del usuario.

Como se ha observado en este trabajo, el Departamento de Comunicación Social tiene sus funciones bien definidas y trabaja en colaboración con bibliotecas o archivos dentro de las Universidades como apoyo para los procesos de organización y resguardo del material fotográfico que genera el Departamento. Si bien los Departamentos de Comunicación Social no organizan ni conservan sus acervos dentro de sus instalaciones si tienen la encomienda de colaborar, pues ellos son los principales generadores de la memoria de la Universidad.

En el análisis realizado tanto en las Universidades nacionales como en las internacionales todas coinciden en que una de las actividades más importantes del Departamento de Comunicación Social es la producción de fotografías, que hasta

⁵⁹ Universidad de Chile. *Archivo Central*. [en línea][Fecha de consulta 23 febrero 2015] Disponible en: <http://uchile.cl/> <http://archivobello.uchile.cl/>

hoy en muchos casos y en varios de estos Departamentos solo se quedan guardadas en cajas sin ninguna medida de conservación ni difusión.

2.2 Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

2.2.1 Antecedentes de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

La Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) es una de las instituciones más importantes en el estado potosino pues desde sus inicios ha contribuido a la educación de los ciudadanos y así mismo su estructura física es obra memorable en el estado, pues este edificio da fe de hechos históricos que han sucedido en San Luis Potosí; y a pesar de las dificultades que ha tenido tanto estructurales como económicas la Universidad sigue en pie impulsando la educación de calidad.

Es importante conocer algunos de los antecedentes más importantes de la formación y evolución de la UASLP:

La Universidad surge el 1623 cuando llega una orden desde Michoacán dirigida al padre Luis de Molina en donde le ordenaban el establecimiento de un Colegio de jesuitas. En 1624 se da inicio a la construcción del edificio donde solo se construye la parte baja y los arcos, el cual estuvo funcionando por más de un siglo.

En 1767 la noche de 24 de junio fueron expulsados los jesuitas por Don Manuel de Urbina. Después de esta expulsión el edificio tuvo diferentes funciones como por ejemplo escuela para niños y cuartel militar.

Los verdaderos comienzos de la Universidad fueron hasta el primer gobernador Ildelfonso Díaz de León pues él tuvo la idea de fundar un colegio de Instrucción superior.

En 1825 es creado el Colegio Guadalupano Josefino por instrucciones del gobernador Lic. Ildelfonso Díaz de León. Su primer Rector es el señor Dr. Manuel María de Gorníño y Arduengo.

En 1833 desgraciadamente el colegio suspende clases acusa de la llegada de la epidemia cólera morbus; y en 1838 es clausurado por el Gobernador a causa de los problemas económico; el 4 de noviembre de 1841 el colegio vuelve a abrir sus puertas bajo instancias del Lic. D. Vicente Chico Séin. Y ya en 1855 desaparece el colegio y comienza a funcionar el seminario conciliar de la mitra potosina en el mismo edificio⁶⁰.

En 1859 El gobernador del Estado Lic. Vicente Chico Séin dispone la creación de un colegio bajo el nombre de Instituto Científico y Literario que por las circunstancias de la guerra de tres años no abre sus cátedras sino hasta el 23 de mayo de 1861.

1923 El 10 de enero el gobernador don Rafael Nieto logra que la Legislatura local dicte el Decreto No. 106 que eleva al Instituto Científico y Literario a la categoría de Universidad de San Luis Potosí, otorgándole su autonomía. Queda constituida por las siguientes Escuelas:

⁶⁰ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Universidad Autónoma de San Luis Potosí algo de su historia*. San Luis Potosí: Editorial Universitaria Potosina, 1996. 11p.

Preparatoria, Jurisprudencia, Medicina, Ingeniería, Comercio, Estudios Químicos (Farmacia), Enfermería y Partera.

1934 El Congreso del Estado por su Decreto No. 35 ratifica la Autonomía de la Universidad que desde entonces ostenta el título de Universidad Autónoma de San Luis Potosí⁶¹.

1984 El H. Consejo Directivo Universitario aprueba un proyecto de descentralización y surgen las Escuelas Regionales de Estudios Profesionales en los municipios de ciudad Valles y Rioverde. Actualmente denominadas Unidades Académicas Multidisciplinarias Zona Huasteca y Zona Media.

2007 En septiembre de este año, la UASLP con el apoyo del gobierno estatal y del Patronato pro construcción de Matehuala, inaugura un nuevo campus en este municipio, la Coordinación Académica Región Altiplano. En este mismo año, se crean 19 nuevas carreras en todos los campus de la institución.

2008 El 10 de enero, la UASLP celebró 85 años de Autonomía Universitaria, día en que por acuerdo de la LVIII Legislatura local, se develó en letras doradas, el nombre de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, en el muro de honor de la sala de sesiones.

2009 La institución conmemoró 150 años del Instituto Científico y Literario, primer antecedente de la UASLP.

2012 De abril a la fecha, el arquitecto Manuel Fermín Villar Rubio es el rector de la UASLP.

2013 La institución conmemora 90 años de ser la primera Universidad autónoma en México, contempla un programa para celebrar todo el año este importante acontecimiento.⁶²

La UASLP es una institución que está en constante crecimiento pues impulsa a la comunidad universitaria a crear, inventar, conservar y difundir conocimiento que genere impacto en toda la sociedad potosina pues desde sus inicios el educar es el objetivo principal de esta Universidad. Ya lo deja claro en su lema **“Siempre Autónoma. Por mi Patria Educaré”**; que es una de las frases que identifica a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí dentro y fuera de la comunidad estudiantil⁶³. De acuerdo a que es una institución en crecimiento y la comunidad académica va en aumento se ha realizado un plan de desarrollo institucional donde se establecen diferentes puntos con el objetivo de que cada una de sus funciones sea sustantiva para la sociedad.

2.2.2 Misión de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

“La Universidad Autónoma de San Luis Potosí es una institución pública que tiene como deber formar bajo un modelo de responsabilidad social bachilleres y profesionales; científicos, humanistas y académicos; con una visión informada y global del mundo, emprendedores, éticos y competentes en la sociedad del conocimiento. Además, generar, aplicar, promover y difundir el conocimiento y la cultura, para contribuir a una sólida

⁶¹ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Antecedentes*. [en línea]. [Fecha de consulta el 11 de febrero del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Institucional>.

⁶² *Ibidem*

⁶³ Para marzo de 1954, la Rectoría a través de la Federación Universitaria Potosina, convocó a través de la prensa local, a un concurso pro lema y Escudo de la Universidad. Quedando conformado como lema

formación universitaria y al avance de las ciencias, las artes, las humanidades y las tecnologías.

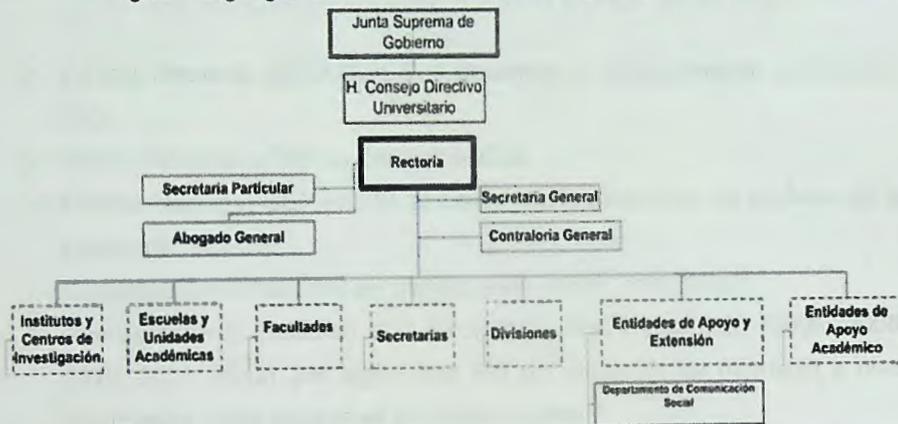
De esta manera, contribuye con sentido ético al devenir de una sociedad cohesionada, democrática, multicultural y basada en el conocimiento; así como a la solución de problemas globales, del desarrollo social del país, en particular del estado de San Luis Potosí, y a preservar y difundir nuestros valores y la cultura del estado, en los ámbitos local, regional y nacional.⁶⁴

2.2.3 Visión de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

"La Universidad Autónoma de San Luis Potosí es reconocida con amplitud en 2023 como una institución de la más alta calidad, socialmente responsable, abierta, incluyente, integrada y vinculada de manera sólida con su entorno; promotora de la libre discusión de las ideas, sin relaciones de dependencia ideológica o de política partidista, y su alto grado de gobernabilidad; como un polo de referencia local, regional, nacional e internacional; por la sólida formación de bachilleres, profesionales y ciudadanos conscientes de su responsabilidad social; sus aportaciones al desarrollo del conocimiento, las humanidades, la cultura, la tecnología y la innovación; y sus contribuciones oportunas y con los más altos estándares de calidad a la mejora del desarrollo humano de la sociedad potosina y del país".⁶⁵

2.2.4 Organigrama de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Figura 1. Organigrama de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.



Fuente: Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Organigrama. [en línea] consultado 29 de abril del 2015] disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Institucional/Organigrama/Paginas/default.aspx>.

⁶⁴ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *PIDE*. [en línea]. [Fecha de consulta el 28 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish>.

⁶⁵ *Ibidem*

La Universidad ha tenido diferentes cambios en cuanto a su estructura académica esto como consecuencia del crecimiento de la comunidad universitaria. En el plan de desarrollo institucional de 1983 se establece un primer organigrama de la UASLP, dicho organigrama anteriormente estaba dividido en 2 partes la primera parte comprendía los sectores de educación como son las escuelas que la conformaban y el cual se dividía en Departamento escolar, directores de las escuelas, secretarías de las escuelas y de este se derivaban el nivel medio, ciencias sociales, ciencias exactas, y ciencias de la salud. La segunda parte del organigrama comprendía todas las unidades de administración y apoyo académico.

2.2.5 Situación Actual de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

A los 90 años de su autonomía la UASLP ha demostrado tener un liderazgo académico dentro y fuera del Estado pues debido a su destacado trabajo en la participación y desarrollo de diversas investigaciones ha recibido actualmente diferentes reconocimientos como:

- Premio Nacional SEP-ANUIES al desarrollo y fortalecimiento institucional 2004
- Premio Nacional al Mérito Ecológico 2005
- Premio Nacional SEP-ANFEI al Desarrollo Institucional en el Área de la Ingeniería, en 2006
- Reconocimiento Nacional de Calidad SEP (2005, 2006, 2007)
- Reconocimiento Nacional a la Excelencia Académica SEP (2008, 2009, 2010, 2011, 2012), por lograr que 100 por ciento de su matrícula a nivel licenciatura curse programas de buena calidad.⁶⁶

Actualmente está bajo el rectorado del Mtro. en Arq. Manuel Fermín Villar Rubio, y cuenta con 2939 profesores que han ido en aumento, pues la constante actualización y demanda de la Universidad ha generado la misma necesidad de

⁶⁶ *Ibidem*

aumentar el personal; la Universidad ha tenido un gran crecimiento en la oferta estudiantil pues cuenta con 24,776 mil alumnos en total, distribuidos de la siguiente manera: en pregrado 22,325, posgrado 1,846 y bachillerato 605 alumnos.

2.2.6 Políticas Institucionales de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

La Universidad Autónoma de San Luis Potosí es una de las Universidades con un alto valor cultural, académico y es líder en la oferta educativa además de que busca dejar y ser una de las Universidades de tradición centenaria; esto lo hace a través de la regulación de sus acciones estableciendo un marco jurídico que a través de las políticas hace cumplir las misión y visión que se tiene planteada; según el Plan de Desarrollo Institucional la Universidad tiene como políticas generales las siguientes:

- *Se promoverá que la Universidad sea fuente obligada de consulta por parte de entidades del sector público y organismos de los sectores social y empresarial para la atención de problemáticas del desarrollo social y económico del estado y del país. Asimismo, que mantenga una imagen muy favorable, alto prestigio y confiabilidad dentro de la sociedad.*
- *Se impulsará la consolidación de una comunidad de aprendizaje, integrada, incluyente, plural, propositiva, emprendedora, solidaria y multicultural que practique los valores y principios de la Universidad, enmarcados en el proyecto de Visión y que posea un fuerte sentido de pertenencia e identidad institucional.*
- *Se fomentará estratégicamente la presencia de la Universidad en los medios de comunicación para consolidar su imagen, prestigio y liderazgo.*

La UASLP dentro del Plan de Desarrollo Institucional establece políticas para los diferentes sectores que la conforman pero en este caso, solo se mencionan las políticas sobre el Departamento de Comunicación Social; con el objetivo de dar a conocer lo que se espera a largo plazo de cada uno de los sectores.

Enseguida se muestra un cuadro con las políticas referentes al Departamento de Comunicación Social de dos Planes de Desarrollo Institucional que comprenden los periodos 1997-2007 y 2013-2023.

Cuadro 12. Políticas del Departamento de Comunicación Social contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional de la UASLP.

Plan de Desarrollo Institucional 1997-2007	Plan de Desarrollo Institucional 2013-2023
<p>En este periodo el DCS aún tenía el nombre de Información Periodística y en este periodo todavía estaba dentro del Área de extensión y difusión de la cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Información Periodística, fortalece los canales de comunicación con las entidades académicas y administrativas, para cumplir con la función de informar el quehacer universitario; así como informar y difundir el quehacer de la institución apoyando sus tareas sustantivas. 	<p>En este periodo el DCS se encuentra bajo la dirección de rectoría como apoyo institucional y lo que se espera del Departamento es :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se fomentará estratégicamente la presencia de la Universidad en los medios de comunicación para consolidar su imagen, prestigio y liderazgo.

Fuente: Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Plan de Desarrollo Institucional. [en línea].[consultado el 28 de abril del 2015]disponible en: <http://www.uaslp.mx/pide>. Elaboró: La autora.

Gracias al establecimiento de políticas es que la Universidad ha podido llevar a cabo el quehacer universitario de forma satisfactoria pues ha mantenido y consolidado las fortalezas de la Universidad con las cuales ha logrado el grado de reconocimiento dentro y fuera del Estado.

2.3 Diagnóstico del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

2.3.1 El Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Etimológicamente diagnóstico proviene de gnosis: conocer y día: a través: así entonces significa: conocer a través o conocer por medio de. Sin embargo, diversos autores que abordan este tema van más allá de su raíz etimológica, algunos entendiéndolo como resultado de una investigación, o como una explicación de una situación particular, o como una descripción de un proceso, o como un juicio interpretativo, o bien sólo como un listado de problemas con un orden de prioridades por tanto, es necesario revisar algunas definiciones al respecto.⁶⁷

Se puede decir que el diagnóstico es el estudio previo de un lugar en específico con el fin de conocer el estado actual del mismo y poder detectar problemas; es decir, es la pauta esencial para poder realizar proyectos o propuestas de mejora.

Arteaga y González citan a Espinoza, quien señala que el diagnóstico es una fase que inicia el proceso de la programación y es el punto de partida para formular el proyecto; así "el diagnóstico consiste en reconocer sobre el terreno. Donde se pretende realizar la acción, los síntomas o signos reales y concretos de una situación problemática, lo que supone la elaboración de un inventario de necesidades y recursos".

El diagnóstico es la base sobre la que tomamos todas las decisiones del proyecto. En él se encuentran todas las hipótesis de las que partimos al planear nuestro trabajo futuro y las posibles reacciones del sistema a la introducción de la nueva

⁶⁷ ARTEAGA BASURTO, C. y M. V. González Montaña. Diagnóstico. En Desarrollo comunitario México: UNAM. 2001. p.83.

propuesta. Por ello, si nos equivocamos en el diagnóstico, con seguridad fracasaremos en la implementación del proyecto.⁶⁸

Para poder implementar un diagnóstico se deben de tener en cuenta diversos elementos como: acercamiento con el grupo con que se piensa trabajar, saber qué información está disponible, conocer bien el árbol de información y tener un panorama previo de la situación o lugar donde se piensa realizar el diagnóstico.

Para la realización de esta investigación fue necesario realizar un diagnóstico debido a que la información documental al respecto es muy escasa; en esta ocasión se utilizó la herramienta de la entrevista que fue de ayuda para la recuperación de datos que se necesitaban para dar respuesta a los cuestionamientos iniciales de la investigación.

2.3.2 Antecedentes del Departamento de Comunicación Social.

El Departamento de Comunicación Social pertenece a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y esta adjunto a rectoría como un Departamento de extensión y apoyo institucional; físicamente se encuentra ubicado en Álvaro Obregón # 64 Centro C.P. 78000, San Luis Potosí, México.

Este Departamento se encarga de informar, generar la imagen gráfica de la institución, difundir y divulgar el quehacer científico, académico, cultural y cotidiano de la Universidad, a mantener y mejorar la imagen institucional y dar a conocer las actividades universitarias a la población potosina y a la comunidad universitaria a través de los medios impresos y electrónicos de la institución.⁶⁹

El Departamento de Comunicación Social surge en el año de 1980 con el nombre de Departamento de Información Periodística. Para que el Departamento funcione de forma organizada, en 1984 la División de Planeación de la UASLP crea un manual

⁶⁸ RODRÍGUEZ CAUQUEVA, Javier. Guía de elaboración de diagnósticos. Mayo ,2007.

⁶⁹ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Informe 2012-2013* [en línea][San Luis Potosí] ,2013. p233. Disponible en: <http://www.uaslp.mx/informe2012-2013>

de organización donde se establecen por primera vez el objetivo y las funciones de dicho Departamento.

*"Objetivo de Departamento: Captar y difundir en el ámbito universitario aquella información trascendente en la vida de la institución, en sus diversos aspectos académicos, culturales, científicos, administrativos y de extensión"*⁷⁰.

Funciones: Elaborar diariamente una síntesis informativa de los eventos ocurridos en la Universidad para hacerla del conocimiento de rector y de secretario general.

Servir de vínculo de comunicación oficial entre autoridades universitarias y medios de información pública, sin que ello represente limitaciones en las funciones informativas de estos.

Procesar toda inserción informativa que las autoridades universitarias estimen conveniente sea dada a conocer mediante la prensa.

Establecer vínculos de colaboración con el Departamento de relaciones para facilitar el conocimiento de los programas de desarrollo universitario.

*Las demás que señale el rector en función a cargo"*⁷¹

En el año 2004 con la llegada de la tecnología el Departamento creció y cambio su nombre por Departamento de Comunicación Social al mismo tiempo, se crearon las diferentes Áreas: prensa, divulgación, imagen institucional, ciber - comunicaciones, diseño y fotografía.⁷²

En el periodo de 2004 a 2005 nace la Red de Comunicación Universitaria y Divulgación Científica formada por el Departamento de Comunicación Social y un representante asignado por parte de los directores de las escuelas, facultades y unidades multidisciplinarias que funge como enlace entre el Departamento y las entidades académicas y con la función de informar, comunicar y divulgar la información de cada plantel a este Departamento para difundirla tanto internamente como externamente.

Otros enlaces importantes que se producen en colaboración con el Departamento para la comunidad universitaria y la sociedad potosina son:

"La Revista Universitarios Potosinos y la Gaceta Sinergia, que son el resultado del trabajo que día a día se lleva a cabo en la Universidad y son un ejemplo de lo que puede alcanzar

⁷⁰ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Manual de Organización*. San Luis Potosí, 1984. p7

⁷¹ *Ibidem*.

⁷² ESPIRICUETA BRAVO, Alejandro. *Entrevista realizada el 13 de mayo de 2014*. En el Edificio Central de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

un esfuerzo individual. La Universidad es un ejemplo claro de lo que puede lograrse con la unión de voluntades; su comunidad, diversa y heterogénea, trabaja con éxito para alcanzar una docencia de calidad, la aplicación positiva de su investigación y la difusión de la cultura".⁷³

2.3.3 Función del Departamento de Comunicación Social en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

La función principal del Departamento es colaborar en la producción y la divulgación editorial y gráfica de la UASLP, con la emisión de libros, folletos, boletines y revistas que fungen como Órgano de divulgación científica⁷⁴.

"Otra de sus funciones consiste en "generar información oportuna sobre los programas, acciones educativas y de investigación, el quehacer universitario para difundirlo hacia la comunidad universitaria y la población en general, a través de los medios informativos locales y nacionales.

Establecer canales adecuados de comunicación e información al interior de la Universidad de forma tal que permanentemente circula la información institucional".⁷⁵

Además de lo anterior, este Departamento tiene a su cargo organizar ruedas de prensa y entrevistas con investigadores, estudiantes y personajes importantes de la Universidad así mismo; cubre de forma periodística cada evento donde participa la comunidad universitaria para realizar inserciones en los diferentes medios impresos locales y nacionales.

2.3.4 Objetivos del Departamento de Comunicación Social en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Para cumplir con las funciones asignadas a este Departamento, se parte del logro de los siguientes objetivos:

- *"Crear, mantener y mejorar la imagen institucional, verbal y gráfica.*
- *Generar información oportuna sobre los programas, acciones educativas y de investigación, el quehacer universitario para difundirlo hacia la comunidad*

⁷³ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Sinergia*. [en línea]. [Fecha de consulta el 24 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Institucional>

⁷⁴ ESPIRICUETA BRAVO, *op. cit.* ,

⁷⁵ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social. Funciones y Atribuciones*. [en línea]. [Fecha de consulta el 24 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Institucional>

universitaria y la población en general, a través de los medios informativos locales y nacionales.

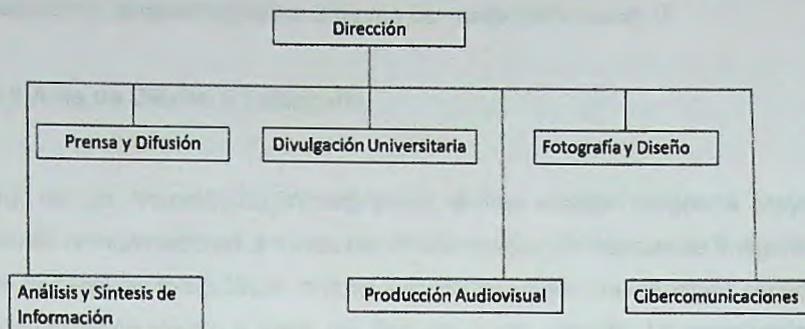
- Establecer canales adecuados de comunicación e información al interior de la Universidad, de forma tal que permanentemente circula la información institucional.
- Proporcionar un conocimiento social oportuno y reflexivo en tono al cumplimiento de las funciones sustantivas de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Diseñar, mantener y fortalecer la imagen y la identidad institucional.
- Fortalecer las relaciones entre la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y la sociedad civil, particularmente con los beneficiarios de sus programas, a través de los medios informativos.
- Promover entre la comunidad universitaria y la sociedad local y nacional, una imagen positiva de la institución y de su comunidad, a través de la difusión de su quehacer cotidiano en los medios de comunicación locales y nacionales.
- Fortalecer las relaciones con los directivos y personal de los medios masivos de información para propiciar un clima de opinión favorable a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, así como a su comunidad en lo general.
- Proporcionar a los directivos de las diferentes entidades que conforman la institución, elementos informativos que coadyuven al mejoramiento operacional y la corrección de los aspectos negativos detectados a través de los medios de comunicación.
- Generar permanentemente, información suficiente y veraz sobre las acciones que la Universidad Autónoma de San Luis Potosí lleva a cabo en favor de la comunidad universitaria y la sociedad potosina.
- Planear, diseñar y utilizar los medios y canales que permitan una comunicación oportuna y suficiente del quehacer de la institución".⁷⁶

2.3.5 Organigrama del Departamento de Comunicación Social.

Dentro de la estructura universitaria, el Departamento de Comunicación Social ocupa un lugar importante, como órgano de difusión de la información que emerge de la rectoría, la administración central, las entidades académicas y administrativas de la UASLP. Para poder cumplir con las políticas establecidas por la UASLP el Departamento se vio en la necesidad de crear Áreas con el fin de cubrir los eventos de la comunidad universitaria y difundir cada día la información más relevante para la Universidad; actualmente el Departamento está organizado de la siguiente forma:

⁷⁶ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social: Plan de Desarrollo*. [en línea][Fecha de consulta el 11 de febrero del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Institucional/>

Figura 2. Título: Organigrama de El Departamento de Comunicación Social de la UASLP.



Fuente: Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Departamento de Comunicación Social [en línea]. [Fecha de consulta el 29 de abril del 2015] disponible en:<http://www.uaslp.mx/Departamento%20de%20comunicacion%20social>. Elaboró: La autora

2.3.6 Áreas del Departamento de Comunicación Social.

Este Departamento desde su creación se ha ido modificando con la generación de diferentes Áreas sin dejar a un lado el objetivo de difundir e informar a la comunidad en general el quehacer universitario; una de las razones fundamentales por la cual se han ido creando diferentes Áreas en el Departamento es la necesidad de abastecer de forma rápida y eficaz las demandas de la comunidad universitaria. Las Áreas que se mencionan a continuación son las que permanecen actualmente al Departamento.

2.3.6.1 Área Prensa y Análisis de la Información

Esta Área está a cargo de la Lic. Patricia Briones Zermeño y su función es publicar información en los diferentes medios de información impresos y electrónicos locales, además de emprender todo tipo de acciones que beneficien las políticas de la institución y coadyuven a la buena imagen de sus integrantes. La misión que tiene

esta Área de Prensa y Difusión es servir de enlace, transportador, de puente entre la Institución y la opinión pública a través del medio informativo.⁷⁷

2.3.6.2 Área de Diseño y Fotografía.

A cargo del Lic. Alejandro Espiricueta Bravo; el Área concibe, programa, proyecta y desarrolla comunicaciones a través del diseño gráfico y la captura de imágenes por medio de técnicas fotográficas, ambas actividades tienen orientaciones específicas de comunicación dentro y fuera del Departamento adscrito. La especialidad del Área, tiene como primicia cubrir las necesidades visuales del DCS, mismas que se dividen en dos: diseño y fotografía; éstas disciplinas nacen de la necesidad de resolver problemas de comunicación gráfica de la información y la difusión en medios comunicación, orientada a un público receptor específico, ya sea dentro de la Universidad o fuera de ésta a través de medios impresos de circulación local o nacional y la página oficial de la UASLP.⁷⁸

2.3.6.3 Área de Divulgación Universitaria.

Divulgación Universitaria tiene como objetivo principal fomentar y proyectar el quehacer universitario a través de los medios que la Universidad ha creado para tal efecto. Tiene a su cargo tres grandes proyectos institucionales que atienden con pertinencia la actividad universitaria para crear un vínculo eficiente entre todos los que conforman nuestra comunidad: la revista *Universitarios Potosinos* y la gaceta *Sinergia*.⁷⁹

⁷⁷ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social: Prensa y Difusión*. [en línea][Fecha de consulta el 22 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish>

⁷⁸ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social: Diseño y Fotografía*. [en línea][Fecha de consulta el 22 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish>

⁷⁹ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social: Difusión Universitaria*. [en línea][Fecha de consulta el 22 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish>

2.3.6.4 Área de Producción Audiovisual.

La Producción Audiovisual se realiza en la Universidad desde hace más de un lustro; se cuenta con diversos formatos los cuales dan constancia de la historia de nuestra institución, estos formatos en buena parte se localizan en diversos archivos tanto públicos como particulares. En estos tiempos la producción audiovisual se realiza en diversas entidades académicas de la institución, parte de este acervo ha sido utilizado en algunos programas de Educación a Distancia, así como de soporte en videos que narra la historia de la institución.

El Área de Producción Audiovisual es una herramienta complementaria e imprescindible para promover con creatividad proyectos, talleres o propaganda, brinda apoyo en la creación de talleres o publicita los mismos en diversos escenarios.

Su función sustantiva es registrar y promover eventos relevantes, institucionales, académicos y deportivos. Es un instrumento dinámico, que permite a los docentes, investigadores, funcionarios y estudiantes, comunicar los resultados obtenidos de sus investigaciones, cursos, talleres o diversas actividades, resume y sintetiza el evento destacando o trascendente logrando una remembranza del acontecimiento.⁸⁰

2.3.6.5 Área de Cibercomunicación.

El objetivo de esta Área es utilizar todas las herramientas y espacios que tiene la institución en Internet para generar estrategias de comunicación internas y externas a través de la supercarretera de la información y de correos electrónicos. Además

⁸⁰ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social: Difusión Universitaria*. [en línea][Fecha de consulta el 22 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish>

es la encargada de actualizar toda la información generada por las 4 Áreas del Departamento a través de la página web de la Universidad.⁸¹

2.3.7 Análisis de la Producción de Información y Documentos del DCS

A continuación se muestra el resultado de un análisis de las actividades que ha realizado el Departamento desde los años 1998-1999 a 2014-2015; y que tienen como fruto distintivos documentos como boletines, fotografías, inserciones de prensa, números de revista, números de gaceta, síntesis de información electrónicas que han servido como fuente de información que es difundida a través de la prensa local y nacional.

El objetivo de este análisis es conocer la visibilidad y potencia que tiene el Departamento de Comunicación Social dentro y fuera de la UASLP como órgano informador, ya que este es uno de los Departamentos más necesarios dentro de cualquier Universidad, el Departamento de Comunicación Social es el vínculo que une a la Universidad con otras Universidades y con la sociedad en general; además de lo anterior su trabajo es difundir la información y es el encargado de realizar la difusión de todas las actividades que tenga que ver con el quehacer diario de la Universidad.

Para realizar este análisis fue necesario revisar los diferentes informes anuales, que presenta la rectoría de la UASLP de los años 1998 hasta la fecha.

El Departamento de Comunicación Social en sus inicios solo se encargaba de generar boletines de prensa, diseño de inserciones, coordinaba entrevistas, organizaba ruedas de prensa. En 1999-2000 el Departamento comienza a realizar

⁸¹ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Departamento de Comunicación Social: cibercomunicacion*. [en línea][Fecha de consulta el 22 de abril del 2015] Disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish>

actividades diferentes como lo fue la colaboración en la realización de campañas universitarias y comenzó a enviar reportes a las escuelas, facultades e institutos de la Universidad con la información de interés y más relevante que se publicó durante todo el año en los distintos medios de comunicación.

Fue hasta el año 2004 cuando en el Departamento surgen cuatro Áreas y posteriormente aparecen dos más, en consecuencia sus servicios y funciones aumentan; esto hace que el DCS sea indispensable dentro de la Universidad pues sus nuevas Áreas permiten la difusión de la Universidad en los distintos medios de comunicación.

Las actividades realizadas por las distintas Áreas desde el periodo 2004-2005 a 2014-2015 son:

➤ Área de Prensa y Difusión:

Esta surgió como Área de Información periodística y a partir del año 2007 lleva el nombre de Área de Prensa y Difusión.

Esta Área es la encargada de realizar las actividades que antiguamente el DCS realizaba aproximadamente el Área de información periodística ha elaborado un total de 12,122 boletines de prensa, 7,251 inserciones de prensa, 1,175 coordinaciones de entrevistas, 1,443 organizaciones de ruedas de prensa y además tenía la responsabilidad de cubrir periodísticamente los eventos asistidos por la rectoría.

➤ Área de Imagen Institucional:

Surge con el nombre de Comunicación Gráfica en el periodo 2005-2006 y cambia al nombre de Coordinación de Difusión Gráfica y en 2006-2007 vuelve a cambiar por el nombre de Área de Imagen Institucional esta Área se encargó de realizar aproximadamente hasta la fecha más de 511 proyectos de diseño e imagen en distintos medios impresos y electrónicos para cursos, conferencias, talleres, congresos, simposios, encuentros y demás

actividades universitarias. Además en el periodo 2009-2010 esta Área tuvo la responsabilidad de desarrollar la imagen sobre los 50 años del Instituto Científico Literario hoy Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

➤ Área de Divulgación Universitaria:

Desde su creación se ha encargado de editar los tres medios de comunicación que son el Periódico Estudiantil Escenario, Revista Universitarios Potosinos y en 2012-2013 ya había publicado 9 números de la Gaceta Sinergia.

➤ Área de Producción Audio Visual:

Esta Área ha realizado aproximadamente hasta la fecha 5,000 grabaciones; en el periodo de 2007-2008 inicia con el trabajo de digitalización del acervo video grafico para su consulta en el sistema unicornio, con los trabajos de organización del acervo videográfico ésta Área abre puerta a un sistema de consulta y cooperación con diferentes escuelas y facultades de la Universidad.

En el periodo 2009-2010 aproximadamente surgen dos nuevas Áreas que son:

➤ Área de Diseño y Fotografía:

Esta Área es la encargada de cubrir gráficamente cada evento en el que participa personal de la Universidad dichos eventos son coloquios, simposios, eventos culturales, firmas de convenios hasta la fecha ha cubierto aproximadamente 500 eventos de los cuales se han obtenido un total de 150,000 imágenes capturadas, además ha colaborado con el diseño y forma de la revista Universitarios Potosinos y la Gaceta Sinergia.

➤ Área de Cibercomunicación:

La tarea principal de esta Área consiste en actualizar diariamente la página web de la Universidad especialmente en las Áreas de noticias, eventos, y

banners; además se encarga de distribuir todos los correos masivos a la comunidad universitaria.

Se podría decir que las funciones que realiza el DCS son actividades que diariamente generan diversa información en diferentes soportes, pero lo más importante es el poder difundir y dar acceso a cada uno de estos documentos primero a la comunidad universitaria y después a la sociedad en general a través de un solo instrumento como ya lo ha realizado el Área de Producción Audiovisual con la organización del acervo audiovisual.

2.3.8 Estado Actual del Departamento de Comunicación Social.

El Departamento de Comunicación Social desde su creación como Información periodística y hasta la fecha ha llevado acabo el ejercicio y la responsabilidad de mantener a la comunidad universitaria informada a través de los diferentes medios de comunicación con los que cuenta y ha ido actualizando según las necesidades de cada Área.

Actualmente el DCS se encuentra a cargo del LCC. Ernesto Anguiano García quien coordina las cinco Áreas que integran al Departamento; y cada Área está integrada de la siguiente manera:

Área	Personal encargado.
Prensa y difusión	LC. Ma Guadalupe Guevara Díaz jefa de prensa y difusión.
Análisis y Síntesis de la Información	LCC. Ana América Reyes Carreón Y 2 reporteros.
Divulgación Universitaria	LC. Patricia Briones Zermeño Coordinadora del Área.
Diseño y Fotografía	LDG. Alejandro Espiricueta Bravo Jefe del Área
Producción Audiovisual	Guillermo Flores Cruz Jefe del Área.
Cibercomunicacion	LCC. José Manuel Juárez Ramírez

A la fecha el Departamento de Comunicación Social cumple con los objetivos planeados a través de las diversas actividades que se realizan.

2.4 Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

2.4.1 Antecedentes del Área de Diseño y Fotografía

El Área de Diseño y Fotografía es la encargada principal del desarrollo de la actividad de captura, transmisión y conservación de imágenes del quehacer académico, estudiantil, cultural y social universitario, creando un documento testimonial imprescindible para la comprensión de los avatares y de los actores primordiales de los sucesos dentro de la institución y fuera de esta, en el que ofrece una muestra real a la sociedad de los resultados efectivos de los acontecimientos y de la memoria del paso del tiempo.⁸²

Aunque es una de las Áreas de reciente creación, en 1980 ya existían indicios de esta Área pues en el Departamento de Información Periodística se encontraba el Área de fotografía que estaba a cargo del señor Martín Zapata quien se encargaba de capturar y revelar las fotografías.

En el 2004 con la llegada de las tecnologías surge el Departamento de Comunicación Social y las diferentes Áreas entre ellas Diseño y Fotografía que estaba a cargo de los señores Gabriel Chinchilla Espinoza y el señor Martín Zapata y se seguían realizando las mismas actividades.

En el 2013 surgió un nuevo cambio en el personal pues llegó como jefe del Área el LDG Alejandro Espiricueta Bravo y dos colaboradores DG. Jazmín del Rosario Ochoa Cardoso y el DG Cristal Irais Hernández Cerna. Y el Área comienza una nueva etapa donde busca ser el productor, distribuidor, el publicador y desea tener

⁸² ESPIRICUETA BRAVO, Alejandro. *op. cit.* ,

el resguardo mediante un archivo para poner a disposición la consulta del acervo fotográfico que se tiene.

2.4.2 Función del Área de Diseño y Fotografía

"El Área de Diseño y Fotografía concibe, programa, proyecta y desarrolla comunicaciones a través del diseño gráfico y la captura de imágenes por medio de técnicas fotográficas, ambas actividades tiene orientaciones específicas de comunicación dentro y fuera del Departamento adscrito. Otra de sus funciones es colaborar proporcionando información para la creación editorial, como libros, folletos, revistas por ejemplo Universitarios Potosinos, Órgano de divulgación científica y la gaceta de información".⁸³

2.4.3 Objetivo del Área de Diseño y Fotografía

"Cubrir las necesidades visuales del Departamento de Comunicación Social, mismas que se dividen en dos: diseño y fotografía; éstas disciplinas nacen de la necesidad de resolver problemas de comunicación gráfica de la información y la difusión en medios comunicación, orientadas a un público receptor específico, ya sea dentro de la Universidad o fuera de ésta a través de medios impresos de circulación local o nacional y la página oficial de la UASLP".⁸⁴

2.4.4 Archivo Fotográfico del Área de Diseño y Fotografía.

Una de las funciones principales del Área de Diseño y Fotografía siempre ha sido capturar la memoria gráfica de la Universidad, generando así un gran número de fotografías que anteriormente no se tenían organizadas es por eso que el 13 de febrero del 2014 se inicia la organización por temas como: entrevistas, ruedas de prensa, informes del rector, ambientales, edificios, objetos, entre otros.

A partir de lo anterior, se decide crear en el Área un Archivo Fotográfico que tiene como objetivo principal:

"Poner al alcance el material impreso previamente inventariado, ordenado, catalogado, clasificado y digitalizado para que el usuario realice una rápida recuperación fotográfica

⁸³ ESPIRICUETA BRAVO, Alejandro. *Diseño y Fotografía*. [en línea] [Fecha de consulta 10 de abril del 2015] Disponible en : <http://portal.uaslp.mx/Spanish/Administracion/comsoc/imageninst/Paginas/default.aspx>

⁸⁴ ESPIRICUETA BRAVO, Alejandro. *Diseño y Fotografía*. [en línea] [Fecha de consulta 10 de abril del 2015] Disponible en : <http://portal.uaslp.mx/Spanish/Administracion/comsoc/imageninst/Paginas/default.aspx>

mediante una consulta digital en un catálogo electrónico, así como la promoción y difusión en los distintos medios de comunicación".⁸⁵

Esta colección fotográfica comprende los periodos de 1995-2004 y actualmente se encuentra inventariada secuencialmente, las fotografías están almacenadas en sobres que contienen aproximadamente cien fotografías y a su vez los sobres se conservan dentro de las cajas. Existe una bitácora para la recuperación del material donde se describe el número de la caja, número de sobre, el folio de las fotografías con las que inicia y termina cada sobre y los títulos de las mismas de acuerdo a los temas asignados.

Hasta el momento se cuenta con 22,766 fotografías impresas inventariadas que se difunden en diferentes ocasiones en el patio del Edificio Central de la Universidad.

⁸⁵ SALAZAR VELAZQUES Silvia Araceli. Archivo Fotográfico. entrevista realizada el 28 de octubre. En el Edificio Central de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

El presente estudio es el resultado de la investigación que se realizó para elaborar una propuesta de páginas que regulen la prestación de servicios de distribución en el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Esta opción está dirigida al servicio académico que se presta en el ámbito de la impartición de información por medios de producción impreso y fotográfico del Área de Diseño y Fotografía, además de las acciones para atender acciones de mantenimiento de los servicios de Diseño Gráfico y Fotografía de la UASLP.

Capítulo 3. Propuesta para la mejora del funcionamiento y los servicios que ofrece el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

La segunda parte se refiere al análisis de la oferta de servicios que se ofrece en la página de diseño y producción de páginas web que se ofrece en el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP. Esta parte es una página web que ha sido diseñada que se le ha otorgado el nombre de la comunidad universitaria y consiste en procesos tecnológicos de diseño de páginas web que segunda propuesta es el protocolo que permite incorporar servicios web en la página web desde el punto de vista de un profesional de informática, que como bien se sabe en la actualidad el uso de páginas web y sitios web se ha vuelto el medio de difusión más utilizado por las diferentes instituciones y como ya se sabe para proporcionar los servicios.

El presente capítulo es el resultado de la investigación que se realizó para ofrecer una propuesta de políticas que regulen la prestación de servicios de información en el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Este capítulo está integrado en primer término por la propuesta del modelo de un manual de organización que contiene la estructura organizacional y funcional del Área de Diseño y Fotografía, además de las políticas para ofrecer servicios de información a los usuarios del Área de Diseño y Fotografía de la UASLP.

Lo anterior surge para convertir en fortaleza una debilidad detectada durante el diagnóstico realizado al Área es decir, durante el proceso se establece que el Área no cuenta con un manual de organización y mucho menos con políticas para la prestación de sus servicios. Como bien sabemos el manual de organización es un documento oficial que avala cada una de las actividades así como los estándares a cumplir, es por eso que se optó por proponer un modelo del manual de organización para el Área estudiada.

La segunda parte se refiere a la propuesta de mejora del medio que permite la difusión y promoción de los servicios que ofrece el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP. Este medio es una página web que ha sido diseñada con el fin de dar a conocer a la comunidad universitaria y potosina los productos que genera el Área. En concreto esta segunda propuesta es el prototipo que permitirá mejorar el contenido actual de la página web desde el punto de vista de un profesional de la información; pues como bien se sabe en la actualidad el uso de páginas web y sitios web se ha vuelto el medio de difusión más utilizado por las diferentes instituciones públicas y/o privadas para promocionar sus servicios.

3.1 Manual de Organización.

En la actualidad diversas instituciones han tenido la necesidad de implementar mecanismos de organización dentro de cada una de las Áreas que las integran pues debido al constante cambio en la vida cotidiana del hombre las exigencias de competitividad han aumentado, es por eso que se comienzan a crear los manuales de organización que sirven como guías en el buen funcionamiento de las instituciones o grandes empresas.

En seguida se muestran algunos conceptos que serán de utilidad para entender de forma clara a que se refiere el manual de organización.

Se puede decir que un manual de organización es un documento normativo que permite conocer la estructura orgánica de la dependencia o entidad en su conjunto o parte de ella. Así como también describe las funciones y Departamentos de una organización, implementa las tareas y las autoridades asignadas a cada organismo.

Por otra parte algunas dependencias gubernamentales los han definido como los medios valiosos para la comunicación, y sirven para registrar y transmitir la información, respecto a la organización, y funcionamiento de la dependencia; es decir, entenderemos por manual de organización en general el documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, la información y/o las instrucciones sobre historia, organización, **políticas** y/o procedimientos de una institución, que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo.⁸⁶

A manera de conclusión se podría decir que un manual de organización es el documento en el cual se establecen las políticas y normas que ayudan a regular cada una de las tareas que debe de realizar el personal de una organización con el objetivo de mejorar la transmisión de la información y la comunicación del personal

⁸⁶ México. Secretaría de relaciones exteriores. *Guía técnica para la elaboración de Manuales de organización*. México: Gobierno del Estado, 2005. p3.

dentro y fuera de la organización. Dichos manuales de organización pueden ser generales o específicos.

Manual de organización general: se refiere al documento normativo que regula todas las actividades de una empresa y en el cual se establecen las funciones, antecedentes históricos, entre otros.

Manual de Organización específico: es el documento en el cual se integra en forma ordenada la información básica relativa a la evolución organizacional, sustento jurídico, misión, facultades y atribuciones, diagrama de puestos y las descripciones de los mismos, de cada Área que constituye la institución, contribuyendo a la ubicación del personal en su Área de trabajo y proporcionar un esquema funcional a efecto de realizar estudios de reestructuración, cuando sea necesario.⁸⁷

Estos dos tipos de manuales son los que se usan frecuentemente; pero eso dependerá de las necesidades que tenga la institución; en este caso para la presente investigación se propone un manual de organización específico para el Área de Diseño y Fotografía del Departamento de Comunicación Social de la UASLP que servirá como instrumento para normalizar las actividades que se realizan en la mencionada Área.

3.1.2 Elementos de un Manual de Organización.

Para redactar un manual de organización es necesario conocer la unidad en la cual se piensa implementar, realizando los siguientes pasos que son muy importantes para el desarrollo del mismo:

1. **Recabar la información:** con este primer paso se determina el tipo de investigación a realizar para poder recabar información completa sobre el

⁸⁷ Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. *Gula técnica para elaborar y actualizar manuales de organización específicos*. México, 2007.p3.

Área; ya sea documental o de campo esto se realiza con el objetivo de conocer los antecedentes y la situación actual del Área.

- 2. Análisis de la información:** en esta etapa se determina cada una de las actividades que se llevan a cabo en el Área y en los diferentes puestos pues es la etapa donde se delimitan los objetivos, las políticas, la misión, funciones, organigramas del Área, entre otros.
- 3. Integración del Manual de Organización:** una vez realizado el estudio de la organización y la determinación de los diferentes puntos a regular, se procede a formar el manual de organización; con base en las normas establecidas por la institución a cargo del Área, en este caso se realizara bajo las indicaciones del Sistema Integral de Calidad de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Enseguida se mencionan los elementos que deben de integrar un manual de organización específico:

- 1. Identificación (presentación o portada):** este elemento comprende los datos más elementales del Área que son: logotipo de la organización, nombre del Área, código otorgado por el Sistema Integral de Calidad, páginas, edición y versión y fecha de revisión.

A continuación se muestra de manera gráfica la información antes referida.

Logotipo	Nombre del Área	Código SICAL	Páginas
		Revisión	Edición versión

- 2. Índice:** incluye los diferentes apartados que conforman el manual de organización.

3. **Introducción:** en este apartado se mencionan principalmente; las razones y propósitos que fueron la base para realizar el manual; la forma en que se deberá utilizar y las partes que lo integran.
4. **Evolución Organizacional (Antecedentes):** este apartado contiene los principales antecedentes del Área.
5. **Sustento jurídico (Políticas):** en este apartado se deben mencionar los ordenamientos jurídicos que sustentan las actividades del Área.
6. **Misión:** se refiere a la razón de ser del Área.
7. **Dependencias del Área:** se deben describir las diferentes dependencias que están presentes en el Área.
8. **Diagrama de puestos:** este apartado se refiere a la organización de un organigrama con el nombre y cargo específico de los que laboran en el Área.
9. **Descripción de puestos:** Contiene los perfiles profesiográficos que deben cubrir las personas que laboran en cada puesto.

Algunos de los elementos de los manuales de organización se irán modificando de acuerdo a las necesidades de la institución o se pueden anular poniendo la frase no aplica según el Sistema Integral de Calidad (SICAL).

Por último se debe tener en cuenta que una vez que el manual de organización sea revisado y aprobado este se deberá difundir a través del sitio web del Área o de la Universidad con el objetivo de informar a la comunidad universitaria de su existencia. No se debe olvidar la necesidad de actualización del manual pues conforme sucedan cambios en el Área estos se irán añadiendo al documento.

3.1.3 Finalidad de un Manual de Organización

La finalidad e importancia de implementar un manual de organización consiste en regular toda acción dentro de una institución además de facilitar la distribución y coordinación de la comunicación entre el personal, con el objetivo de que el ciclo de transferencia de información se cumpla satisfactoriamente.

El elaborar un manual de organización dentro de cualquier institución ya sea general o para un Área específica es de vital importancia pues para realizarlo se debe hacer un diagnóstico previo con el cual además de conocer la situación actual de la institución, el personal encargado de esta elaboración conocerá las fortalezas y debilidades que se tienen en la institución.

Sin embargo la verdadera finalidad de los manuales de organización es establecer de forma oficial cada una de las actividades que se deben de llevar a cabo dentro de la institución, así como fijar el rol de cada miembro de la organización; con el objetivo de ayudar a que la ejecución de las tareas sea correcta pues debido al gran cambio en la vida del hombre, las exigencias en cuanto a la obtención y la calidad de la información las instituciones han tenido la necesidad de reorganizar tareas y crear manuales de organización, es como se ha podido tener un control en el buen funcionamiento de la institución; pues uno de los beneficios más importantes de los manuales de organización es ahorrar tiempo en la ejecución del trabajo así como facilitar la capacitación de nuevo personal .

3.1.4 Sistema Integral de Calidad (SICAL)

En la actualidad la sociedad se enfrenta a un mundo competitivo donde la evolución de los recursos tecnológicos va en aumento; y para diferentes organizaciones o instituciones esto les ha generado una serie de problemas pues los usuarios se vuelven más exigentes y el trabajo de las organizaciones aumenta en pro de la satisfacción de las necesidades de sus usuarios; es por eso que diferentes dependencias crean sistemas que les ayudan a regular cada uno de los procesos que se llevan a cabo dentro de la institución.

En el caso de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí se ha creado el Sistema Integral de Calidad que tiene como política principal contribuir a la formación de profesionistas universitarios, la realización de la investigación, la difusión del conocimiento y la cultura mediante la mejora continua de los procesos de gestión

académico-administrativos, con personal competente y comprometido con los requisitos de gestión de calidad.⁸⁸

Además de que es un sistema que a través de una serie de estrategias, mecanismos y procedimientos pretende regular cada una de las actividades que realizan las diferentes dependencias de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí con el fin de uniformar los servicios, documentos y funciones que oferten las dependencias de la Universidad teniendo como objetivo el satisfacer las necesidades de los usuarios, ofreciendo información de calidad que será el resultado de una buena organización, que permita la satisfacción de los clientes o usuarios.

A partir de la política citada y de los objetivos planteados el sistema de calidad establece que el trabajo del personal de la UASLP deberá realizarse siguiendo los valores de honestidad, responsabilidad, respeto, colaboración, ética profesional y comunicación efectiva.

De acuerdo a lo anterior diversas entidades académicas se han estado integrando a los procesos que lleva a cabo el Sistema Integral de Calidad es por eso que las primeras dependencias universitarias que se sumaron al sistema de gestión de calidad fueron: División de Desarrollo Humano, División de Finanzas, División de Informática, División de Servicios Escolares, secretaria Administrativa y Sistema de Bibliotecas. Posteriormente en el año 2011 se incorporan otras siete entidades académicas y una dependencia de la administración central: Facultad de Agronomía, Facultad de Derecho ,Facultad de Economía, Facultad de Estomatología en su posgrado de endodoncia, Facultad de Ingeniería, Escuela de ciencias de la Comunicación, Coordinación de Ciencias Sociales y Humanidades y la División de Vinculación Universitaria.

⁸⁸ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. *Sistema Integral de Calidad (SICAL)*. [en línea] [Fecha de consulta 6 de julio de 2015] disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Administracion/DGC/SICAL/Mensaje%20del%20Rector/Paginas/default.aspx>

En el 2013 se incorporan dos procesos más de la facultad de ingeniería, y en el 2014 se incorporan también el Departamento de Deportes así como los campus de Ciudad Valles y Rioverde con lo que actualmente el Sistema Integral de Calidad cuenta con 34 procesos certificados en nueve entidades académicas y 9 dependencias administrativas.⁸⁹

⁸⁹ Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Sistema Integral de Calidad. *Manual de Organización*. [en línea] [Fecha de consulta 20 de noviembre de 2015] disponible en: <http://www.uaslp.mx/Spanish/Administracion/DGC/SICAL/Mensaje%20del%20Rector/Paginas/default.aspx>



**Manual de Organización para el Área de Diseño y
Fotografía del Departamento de Comunicación Social de
la Universidad Autónoma de San Luis Potosí: Propuesta.**

Departamento de Comunicación Social

MANUAL
de Organización

Área de Diseño y Fotografía

San Luis Potosí, 2017

Propuesta por Pamela Rodríguez de la Cruz