

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN COMUNICACIONES PUBLICITARIAS
TRABAJO DE GRADO

**DIAGNÓSTICO DE LA COORDINACIÓN DE
COMUNICACIONES DE LA ESCUELA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UCAB**

Tesista:

Jiménez, Karla

Tutor Académico:

Ezenarro, Jorge

Tutor Empresarial:

Barres, Cristina

Caracas, septiembre 2014

AGRADECIMIENTOS

En general...

A la Universidad Católica Andrés Bello y a la Escuela de Comunicación Social por brindarme la educación académica necesaria para formarme como un profesional íntegro.

A la directora Tiziana Polesel por darme la luz para iniciar mi tema de Trabajo de Grado.

A mi tutor académico, Jorge Ezenarro por confiar en mí durante todo este proceso, motivarme a seguir adelante y por siempre darme la orientación oportuna. También, gracias por ser una fuente de inspiración para mí y muchos y por tanto cariño, apoyo y aprendizaje que me has dado durante toda la carrera. Definitivamente eres único y este logro también es tuyo y me siento afortunada de compartirlo contigo. Mil gracias.

A Cristina Barres, mi tutora empresarial, por confiar desde un inicio en mí y siempre dedicarme tiempo para realizar el estudio de la mejor forma posible. También por tanto apoyo y cariño recibido a pesar de lo ocupada que estuviese en el trabajo y por último pero no menos importante, orgullosísima de que seamos ¡Tarbesianas, Ucabistas y cuasi colegas!

A los profesores José Vicente Carrasquero, Xiomara Zambrano y en especial al profesor Pedro Navarro por prestarme asesoramiento y tiempo en la validación de los instrumentos de recolección de datos.

En particular...

A mi mamá, Magdalena Farinha, a mi papá, Fabio Jiménez y a mi hermana, Sofía Jiménez por ser mi tronco y mi motor que le da sentido a cada uno de mis días. ¡A ustedes gracias infinitas por apoyarme siempre! Este logro es uno de los primeros y más importantes que compartimos juntos pero vendrán más y siempre juntos. ¡Los amo, son mi todo!

A mis abuelos, María Rodrigues y Joao Farinha por darme tanto amor toda mi vida y hoy más que nunca poder decirles que lo logré y aunque abuelito estés arriba yo sé que te tengo siempre a mi lado. ¡Gracias, son mi vida y mi mayor orgullo!

A mis amigas del colegio, que son como mis otras hermanas, Isabella Velásquez, María de los Ángeles Pérez y Samantha Espinoza por tanto apoyo inigualable en mí día a día. ¡A ustedes, porque desde el principio me dieron palabras de aliento y apoyo incondicional como nadie! Las quiero.

A mis amigos que me dio la universidad, por ser parte importante de mi desarrollo profesional y por tantas experiencias vividas que me ha dejado grandes aprendizajes y experiencias de cada uno de ellos. En especial, a mi grupo de “Friends UCAB” porque jamás me imagine de compartir con las personas que comparto ahora e indudablemente ha sido un año maravilloso en el que me ha permitido conocer y querer muchísimo a las increíbles personas que están en él. ¡Definitivamente, mi quinto año sin ustedes no hubiese sido igual!

A mi amigo, Martín Alayón por ser uno de mis principales apoyos desde el inicio de este Trabajo de Grado. Por escuchar todas mis preocupaciones y decirme de forma muy tranquila: “Todo va a estar bien” “Yo te voy ayudar” “Los *focus group* lo hacemos en dos días” “Yo grabo” y sobre todo porque durante todo este proceso se ha convertido en una persona a la que valoro, admiro y quiero muchísimo. ¡Gracias por tantas sonrisas que me has dado!

En fin, a la vida y a Dios por darme tantas lecciones que me han permitido crecer, madurar y ser mejor persona y recordarme que:

“Aprenderás lecciones. Estás inscrito en una escuela informal del tiempo completo llamada vida” Benjamin Franklin.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	10-11
I. EL PROBLEMA.....	12-14
1.1 Descripción del problema.....	12
1.2 Planteamiento del problema.....	13
1.3 Justificación del problema.....	13
1.4 Delimitación.....	14
II. MARCO CONCEPTUAL.....	15-24
2.1 Comunicación.....	15
2.1.1 Comunicación organizacional.....	16
2.1.2 Comunicación externa.....	17
2.1.3 Comunicación institucional.....	18
2.2 Medios.....	18
2.2.1 Cartelera.....	19
2.2.2 <i>Twitter</i>	19
2.2.3 Página web.....	20
2.2.4 Correo electrónico.....	21
2.2.5 Teléfono.....	21
2.2.6 Cara a cara.....	21
2.3 Mercado meta.....	22
2.4 Mensaje.....	22
2.5 Percepción.....	23
2.6 Satisfacción.....	23

III.	MARCO REFERENCIAL.....	25-29
	3.1 Historia de la UCAB.....	25
	3.2 Escuela de Comunicación Social.....	26
	3.2.1 Misión.....	26
	3.2.2 Visión.....	26
	3.2.3 Objetivos.....	26
	3.2.4 Organigrama del personal de la Escuela.....	28
	3.3 Coordinación de Comunicación.....	29
	3.3.1 Medios utilizados.....	29
	3.3.2 Objetivos.....	29
IV.	MÉTODO.....	30-46
	4.1 Modalidad.....	30
	4.2 Diseño y tipo de investigación.....	31
	4.3 Objetivos.....	32
	4.3.1 Objetivo general.....	32
	4.3.2 Objetivo específico.....	32
	4.4 Diseño de Variables de Investigación.....	32
	4.4.1 Definición conceptual.....	32
	4.4.2 Definición operacional.....	33
	4.5 Operacionalización de variables.....	35
	4.6 Unidades de análisis y población.....	36
	4.7 Diseño muestral.....	36
	4.7.1 Tipo de muestreo.....	37
	4.8 Diseño del instrumento.....	39
	4.8.1 Descripción del instrumento.....	39
	4.8.2 Validación del instrumento.....	40

4.8.3	Ajuste del instrumento.....	41
4.9	Criterio de análisis.....	44
4.10	Limitaciones.....	45-46
4.11	Informe.....	46-47
V.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	48
5.1	Logística del Trabajo de Grado.....	48
5.2	Presentación de resultados.....	48
5.2.1	Matriz de <i>Focus Group</i>	50-71
5.2.2	Matriz de Entrevista.....	72-89
5.3	Análisis de resultados.....	89-99
VI.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	100-106
6.1	Interpretación de resultados.....	100-106
VII.	CONCLUSIONES.....	107-110
VIII.	RECOMENDACIONES.....	111-113
IX.	BIBLIOGRAFÍA.....	114-117
X.	ANEXOS	

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. <i>Organigrama de las autoridades de la Escuela</i>	28

ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

Resultados de Guía de *Focus Group* realizados a estudiantes

Tabla 1. *Matriz para el registro de Focus Group realizado a estudiantes de 1ero, 2do y 3er semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.....50-53*

Tabla 2. *Matriz para el registro de Focus Group realizado a estudiantes de 4to, 5to y 6to semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.....53-58*

Tabla 3. *Matriz para el registro de Focus Group realizado a estudiantes de 7mo y 8vo semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.....58-63*

Tabla 4. *Matriz para el registro de Focus Group realizado a estudiantes de 9no y 10mo semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.....64-71*

Resultados de entrevistas realizadas al personal de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

Tabla 5. *Matriz para el registro de Entrevista electrónica realizada a la Directora de la Escuela de Comunicación Social.....72-73*

Tabla 6. *Matriz para el registro de Entrevista electrónica realizada a la Jefa de Departamento de Humanidades de la Escuela de Comunicación Social..74-76*

Tabla 7. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Jefa de Departamento de Artes Audiovisuales de la Escuela de Comunicación Social.....77-78*

Tabla 8. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Jefa de Departamento de Comunicaciones Publicitarias de la Escuela de Comunicación Social.....79-80*

Tabla 9. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Coordinadora de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social.....81-82*

Tabla 10. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Coordinadora de Pasantías y Trabajos de Grado de la Escuela de Comunicación Social.....83-85*

Tabla 11. *Matriz para el registro de Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones de la Escuela de Comunicación Social.....86-87*

Tabla 12. *Matriz para el registro de Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones de la Escuela de Comunicación Social.....88-89*

INTRODUCCIÓN

El papel de la comunicación en cualquier organización es llevar a cabo los procesos comunicacionales efectivos para cumplir a cabalidad los objetivos planteados. Para que ello se cumpla de forma exitosa se debe promover la integración, participación y trabajo grupal en conjunto.

En el mes de febrero de 2013 se creó el cargo de la Coordinación de Comunicaciones dentro de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello- sede Montalbán, con el fin de analizar, controlar, ejecutar y difundir las acciones de gestión de comunicación de la Escuela.

Su importancia radica en el hecho de que desarrollar dicho cargo permitió centralizar las comunicaciones de la Escuela a través de un vocero específico encargado de emitir los mensajes pertinentes a su público externo, los estudiantes.

A pesar de las barreras comunicacionales existentes, describir su efectividad es fundamental para determinar aquellos aspectos que deben mantenerse y aquellos que deben mejorarse en los próximos años, con el fin de lograr cumplir los objetivos planteados desde el inicio.

Partiendo de esto, es necesario llevar a cabo un diagnóstico que señale las estrategias más efectivas para el logro de una comunicación eficaz. Por lo anterior, la pregunta que responde esta investigación es:

¿En qué medida la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de la Comunicación Social de la UCAB cumplió las expectativas de estudiantes y personal de la Escuela?

La presente investigación consta de diez partes principales que encuentran divididas de la siguiente forma:

El primer capítulo está dedicado a la descripción, planteamiento, justificación del problema y la delimitación. El segundo capítulo, desarrollar los conceptos sobre la comunicación que están planteados en dicho estudio. El tercer capítulo, está conformado por los datos que contextualizan a la organización, UCAB y la Escuela de Comunicación Social. El cuarto capítulo está referido a la metodología utilizada para llevar a cabo el Trabajo de Grado, el cual comprende la formulación del objetivo general y objetivos específicos, la modalidad de dicho estudio, el tipo y diseño de la investigación, el diseño de variables de investigación, la unidad de análisis y población, el diseño muestral, el diseño del instrumento, el criterio de análisis y las limitaciones de la investigación.

El quinto capítulo, corresponde al análisis de los resultados obtenidos junto a la matriz de los instrumentos realizados. El sexto capítulo, se presenta la discusión de resultados. El séptimo capítulo, se plantean las conclusiones de la investigación. En el octavo capítulo, las recomendaciones del estudio. El noveno capítulo, la bibliografía consultada y por último, el décimo capítulo, incluye los anexos.

I. EL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

La Universidad Católica de Venezuela fue fundada el 24 de octubre de 1953, convirtiéndose en la segunda Universidad privada del país. Su primer rector, Carlos Guillermo Plaza, solicitó al gobierno el cambio de nombre de la Alma Mater y para el 7 de julio de 1954 dejó de ser Universidad Católica de Venezuela (UCV) para convertirse en Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en honor al humanista e intelectual más importante de Venezuela y América Latina.

La Escuela de Comunicación Social en un principio fue llamada Escuela de Periodismo y Ciencias de Difusión la cual empezó sus funciones el 4 de octubre de 1961 bajo el rectorado del Padre Carlos Reyna.

En febrero de 2013, la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) sede Montalbán integró dentro de su personal un cargo el cual se denominó: Coordinación de Comunicaciones. Dicho cargo fue otorgado a la Licenciada Cristina Barres, egresada de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB que asume el rol de analizar, controlar, ejecutar y difundir las acciones de gestión de comunicación de la Escuela.

Dado a las características de la Coordinación de Comunicaciones, surge una motivación de investigar en qué medida la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de la Comunicación Social de la UCAB cumplió con las expectativas de estudiantes y personal de la Escuela. Asimismo, analizar si los medios y mensajes emitidos fueron los más adecuados en dicha investigación.

A su vez, a través de esta investigación podría existir un aporte a la Universidad y en específico a la Escuela de Comunicación Social para lograr tener una exitosa comunicación.

1.2 Planteamiento del problema

Para determinar cuál es la satisfacción percibida por la Coordinación de Comunicaciones es necesario plantearse un problema de investigación del cual pueden desprenderse objetivos claramente sustentados, los cuales al final de la investigación, determinarán cual es la percepción de estudiantes y personal de la Escuela respecto a la Coordinación de Comunicaciones.

El problema planteado en el presente estudio es el siguiente:

¿En qué medida la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de la Comunicación Social de la UCAB cumplió las expectativas de estudiantes y personal de la Escuela?

1.3 Justificación del problema

Es importante realizar este Trabajo de Grado debido a que es fundamental conocer las comunicaciones que maneja la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB para apuntar hacia la optimización en el funcionamiento de la misma.

Los resultados que se obtengan de este estudio, serán un aporte académico significativo para estudiantes y personal de la Escuela, puesto que contribuirá con cualquier persona que desee continuar con futuras investigaciones referentes a este tema.

Asimismo, es esencial diagnosticar con frecuencia la dinámica comunicacional que lleva dicha coordinación con el fin de detectar fortalezas, debilidades y oportunidades potenciales para la misma.

1.4 Delimitación

El estudio se desarrolló en el espacio geográfico del campus de la Universidad Católica Andrés Bello con sede en Caracas, específicamente en Montalbán en la Escuela de Comunicación Social.

La investigación se llevó a cabo en un lapso de 6 meses, iniciándose en el mes de Marzo y finalizándose en el mes de Septiembre del año 2014, a lo largo de los cuales se realizaron investigaciones, *focus groups* y entrevistas para lograr los objetivos planteados.

En cuanto a la delimitación demográfica, estuvo conformada por estudiantes de toda la carrera (desde 1er semestre hasta el 10mo semestre) y personal de la Escuela conformado por la Directora, Jefes de departamento (Humanidades, Comunicaciones Publicitarias y Artes Audiovisuales), Coordinación de Servicio Comunitario, Coordinación de Pasantías y Trabajos de Grado y Secretaria.

II. MARCO CONCEPTUAL

En el presente marco se van a definir los conceptos claves para poder entender los términos expresados en el siguiente estudio de grado.

2.1 Comunicación

Según la Real Academia Española (s.f., PARA 3) la comunicación es la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”. Asimismo, se entiende como comunicación al “(...) proceso a través del que un conjunto de significados que han tomado cuerpo en un mensaje es trasladado a una o varias personas de tal manera que el significado percibido sea equivalente a lo que los iniciadores del mensaje intentaron” (Smith, 1995; cp. Lucas, 1997, Pág.95).

Por su parte, Gibson (1996) afirma que “la comunicación es un proceso donde el comunicador procura establecer una comunidad con un determinado receptor, (...) es la transmisión de información y acuerdos mediante el uso de símbolos comunes” (Pág.649).

Tomando este significado, Bartoli (1992) hace referencia al concepto propuesto por Silem y Martínez (1982), quienes señalan que la comunicación es un intercambio de información que pretende modificar el comportamiento de los individuos.

Estos autores mencionados refieren la comunicación como un intercambio de significados por medio de emisores y receptores a través de símbolos en común que buscan transmitir una información específica.

2.1.1 Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es de suma importancia para el Trabajo de Grado debido a que el diagnóstico a desarrollar evalúa dicho término. Lucas (1997) destacó que “la comunicación organizacional es el proceso por el que los miembros juntan la información pertinente acerca de su organización y de los cambios que ocurren en ella” (Pág.103).

Por otro lado, Berlo David (s.f.), uno de los autores especializados en comunicación afirmó que “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos”. (cp. Andrade, 2005, Pág.15).

Casi se podría decir que definir una organización es equivalente a definir sus sujetos, sus procesos y sus contenidos de comunicación. Desde esta perspectiva, la comunicación es un factor de poder en las organizaciones porque hace posible la cohesión e identidad de sus miembros. Constituye, a su vez, la identificación, selección y combinación de los medios eficaces para el logro de los objetivos que se propone. Genera la coordinación de las acciones que se requieren para la realización de estos objetivos. (Rebeil y RuizSandoval, 1998, Pág.14).

La función principal de la comunicación organizacional es lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa y según Fernández Collado (2002), debe hacerse a través de cuatro funciones:

- Propiciando que todos los integrantes de la organización reciban la información completa, confiable y oportuna sobre el entorno, sobre la empresa y sobre el trabajo.
- Propiciando la identificación de la gente con la organización y por tanto, el orgullo y el sentido de pertenencia.
- Favoreciendo la integración de la organización con y entre sus colaboradores. Mejorando la comunicación vertical y horizontal, fomentando el trabajo en equipo, propiciando el rompimiento de las

barreras existentes entre las áreas y niveles, y creando un clima de apoyo para el cumplimiento de los objetivos comunes.

- Facilitando la creación de una imagen favorable y consistente de la organización entre su público.

La comunicación de una organización debe estar enmarcada por un plan estratégico y el trabajo en conjunto para evitar errores de la emisión de información diferente al público externo.

2.1.2 Comunicación externa

La comunicación externa depende en gran medida de la comunicación interna que maneje cada organización. Para Andrade (s.f.; cp. Martín, 1997), la comunicación externa está orientada a mantener o mejorar las relaciones de la organización con sus públicos externos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus actividades, productos o servicios.

Por su parte, Lucas (1997) refirió que la comunicación externa entiende a “la organización como receptora o emisora de información con su entorno relevante” (Pág. 200).

De esta forma, la comunicación externa está referida al “conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”. (Fernández Collado, 2002, Pág. 14)

2.1.3 Comunicación institucional

La Universidad Juan Agustín Maza ([Umaza], s.f., PARA 1) definió a la comunicación institucional:

(...) como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

Asimismo, Umaza (s.f., PARA 8) refirió que “La comunicación institucional tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos públicos, sean públicos externos o internos”.

2.2 Medios

El término medio proviene del latín *médium*, que significa igual a la mitad de algo. Para Martín (2004) los medios son “diferentes canales de comunicación a través de los cuales se ubican y transmiten los mensajes informativos o publicitarios” (Pág.118).

A su vez, se entiende como medio publicitario a “los vehículos (periódicos, radio, televisión, etc) que transmiten el mensaje publicitario (el anuncio) al mercado propuesto” (Stanton W, 1985, Pág. 751).

Otros autores como Martínez y Nosnik (1988; cp. Huerta, 2003) la definen como:

El canal o medio es el vehículo por el cual viaja el mensaje de emisor a receptor. Este transporte habrá de dirigir el mensaje a cualquiera de los sentidos, y según sea al que se dirija va a ser el tipo de canal que se va a utilizar para transmitir idóneamente el mensaje y que llegue fidedignamente a su receptor (Pág.9).

Cada medio utilizado por la organización es considerado como fundamental e indispensable para que la comunicación se efectúe de forma exitosa. Asimismo, sirven de enlace con el público externo, los estudiantes, garantizando que cada etapa de la comunicación se lleve a cabo de la forma más óptima para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

En el Trabajo de Grado se evaluaron los siguientes medios: cartelera, *twitter*, página web, correo electrónico, teléfono y cara a cara.

2.2.1 Cartelera

La cartelera es un medio que se utiliza según las necesidades de cada organización. Estas deben ser atractivas y estar ubicadas estratégicamente para que el cliente externo o interno tenga interés en leerla.

Según la Real Academia Española (s.f., PARA 3) la cartelera es un “Armazón con superficie adecuada para fijar carteles o anuncios públicos”.

Por su parte, la página web Definición ABC (s.f.), refirió que la cartelera es utilizada para:

(...) denominar a aquellas estructuras colgantes que se ubican normalmente en paredes o en espacios bien visibles en las cuales se colocan avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que la gente interesada pueda acceder a ella y estar al tanto de los datos transmitidos (PARA 1).

2.2.2 Twitter

Se entiende por *Twitter* a “(...) aquella plataforma de uso online que sirve comúnmente para establecer diferentes estados, para poner información o para hacer comentarios sobre diferentes eventos de una persona en sólo 140 caracteres” (Definición ABC, s.f., PARA 1).

Twitter es una red social fundada en 2006, por **Evan Williams** (uno de los promotores de *blogger.com*) y **Biz Stone**, basada en lo que se conoce como *microblogging*. (...) Los usuarios utilizan el espacio para actividades variadas: información y noticias en tiempo real; ver cuáles son los temas de conversación en la red; conectar con personas que tienen intereses profesionales parecidos; explicar qué están haciendo; ofrecer servicios comerciales (Universidad de Navarra, 2010, PARA 24).

El *Twitter* ha sido un medio relativamente nuevo dentro de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB ya que se integró en el año 2013 como medio oficial en las redes sociales.

2.2.3 *Página Web*

“Una *Página Web*, también denominada *página de Internet*, es un documento adaptado para la web y que casi siempre forma parte de un sitio web” (Definición ABC, s.f., PARA 1).

Las *páginas web* de cada organización deben tener información adecuada y organizada para que sus usuarios la lean. Las características principales de una *página web* son “(...) cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, está dotada de un diseño atractivo, está optimizada y ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto” (Definición.de, s.f., PARA 3).

La *página web* de la Escuela de Comunicación Social ha sido un espacio de información dirigida a alumnos y profesores pertenecientes a la Escuela. Dicha *página* debe seguir parámetros de la *página institucional* de la Universidad.

2.2.4 Correo Electrónico

Para efectos de dicho estudio se refiere a correo electrónico como “(...) un servicio que sirve para enviar y recibir mensajes en forma rápida y segura a través de un canal electrónico o informático” (Definición ABC, s.f., PARA 1)

El correo electrónico ha servido como medio de enlace constante entre la Escuela de Comunicación Social y su público externo, conformado por alumnos y profesores.

2.2.5 Teléfono

El teléfono no ha dejado de ser un medio pertinente y útil para la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y la Real Academia Española (s.f., PARA 1) la definió como el “conjunto de aparatos e hilos conductores con los cuales se transmite a distancia la palabra y toda clase de sonidos por la acción de la electricidad”.

2.2.6 Cara a cara

Las organizaciones además de incluir comunicaciones electrónicas no deben dejar por fuera la comunicación cara a cara que “puede desempeñar {fortalezas} en la construcción de una marca y las relaciones reales con los clientes” (PuroMarketing, 2012, PARA 2).

La comunicación cara a cara es fundamental y necesaria dentro de una empresa u organización ya que otorga confianza y vínculos cercanos con el cliente externo. Por ejemplo: “Dar un apretón de manos, conversar y conocer a los clientes fomenta relaciones más fuertes y significativas. Además, y no menos importante, es que en persona, la interacción fomenta la participación” (PuroMarketing, 2012, PARA 4).

2.3 Mercado meta

Toda organización debe tomar en cuenta su mercado meta para lograr cumplir con los objetivos a desarrollar.

Se entiende por mercado meta al “grupo de clientes hacia el que la organización trata de orientar su esfuerzo de mercadotecnia” (Stanton W, 1985, Pág.82). Por su parte, el mismo autor hace referencia a la selección del mercado meta expresando que se ve influida por la mezcla de mercadotecnia que la organización puede desarrollar.

De esta forma, autores como Kotler y Armstrong (2008), la definen como el “conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, y a los cuales la compañía decide servir” (Pág.178).

Asimismo, Schiffman y Lazar (1991), definieron el término como “la selección de un segmento de mercado distinto al cual dirigir una estrategia de mercadotecnia” (Pág.723).

2.4 Mensaje

Es importante que cada organización cuide cada mensaje que transmite a su público meta debido a que el mensaje es considerado como el núcleo fundamental de las comunicaciones de una organización.

Davara (1994) definió el mensaje como “un conjunto de signos elaborados intencionalmente por un emisor, para ser transmitido a un receptor, con el deseo de buscar una respuesta” (Pág.294). Stanton W (1985) lo define como “(...) la comunicación, la información que se envía de una fuente al receptor” (Pág.751).

Fischer (1990) distinguió el término como un “anuncio que contiene un mensaje para el consumidor potencial” (Pág.152).

2.5 Percepción

Para la investigación, es de suma importancia conocer cuál es la percepción de su cliente, en este caso su público externo por eso es necesario entender el significado de dicho término.

Proveniente del latín, de la palabra *perceptio*, que significa recibir, recolectar o tomar posesión de algo, la percepción es entendida por la psicología como el primer momento de elaboración cognoscitiva, es decir, la primera instancia en la cual la información recibida se transforma en un elemento conocible y comprensible. Siempre partiendo de los datos otorgados por los cinco sentidos (la vista, el olfato, el tacto, el gusto y el oído), se dice que la persona percibe la información cuando ya ha hecho un proceso de asimilación y comprensión de la misma que es, obviamente, inmediato, pero que implica una elaboración propia de la misma (Definición ABC, s.f., PARA 2).

Según Stanton W (1985), se conoce como percepción "(...) al estímulo que se recibe a través de los cinco sentidos; o a la forma en que interpretamos un estímulo. Nuestra percepción modela nuestro comportamiento" (Pág.753).

Por su parte, Kotler y Armstrong (2008), se refirieron a la percepción como el "Proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan información para formarse una imagen inteligible del mundo" (Pág. G6).

2.6 Satisfacción

Para la Real Academia Española (s.f., PARA 5) satisfacción se entiende como el "cumplimiento del deseo o del gusto". Sin embargo, Kotler P (2002, PARA 7) agregó que "el término satisfacción se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas".

Para la investigación es de suma importancia saber si se logró satisfacer al público meta. Sastre M (2009) aseguró que la satisfacción es considerada

como una respuesta emocional y cognitiva cuando se cumplen los requisitos para obtener un resultado de interés.

Se entiende por satisfacción del cliente al “grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador” (Kotler y Armstrong, 2008, Pág. G7). Dicho término vincula directamente la calidad del servicio que es ofrecida por la organización y la respuesta que tiene por parte del mercado meta.

III. MARCO REFERENCIAL

3.1 Historia de la UCAB

Para el año de 1953 la Universidad Católica Andrés Bello abre sus puertas convirtiéndose en la segunda Universidad del país y la primera confiada en la Compañía de Jesús. Con relación a su fecha de fundación, la Universidad comienza en 1953 pero la Jerarquía de la Iglesia Católica había aprobado su fundación para el año de 1951.

La UCAB fue fundada bajo el amparo de una nueva ley de educación promulgada por Marcos Pérez Jiménez. Su primer rector, Carlos Guillermo Plaza, instó al gobierno a autorizar el cambio de nombre de dicha institución y es así como el Alma Mater para 1954 deja de ser Universidad Católica de Venezuela (UCV) para unirse al primer humanista de América y rendirle honor con el nombre de Universidad Católica Andrés Bello.

La finalidad del cambio era compartir “los nobles y comunes anhelos de las otras ilustres Universidades del país” según la página web de la Universidad Católica Andrés Bello (2003, PARA 2). Mucho ha cambiado el país y al mismo tiempo la UCAB ha aportado para él. Año tras año la institución hace su esfuerzo de buscar la verdad y afianzar los valores trascendentes del hombre. Así mismo, pretende prestar servicio a la nación y colaborar con la orientación de la vida del país mediante su contribución doctrinaria. Y su objetivo principal se inspira en la democracia, solidaridad humana y justicia social.

La Universidad tiene su sede principal en Montalbán, Caracas. Sin embargo, progresivamente se ha expandido a Los Teques, Coro y Ciudad Guayana. La Universidad año tras año pretende dar su legado educativo para seguir cultivando profesionales íntegros.

3.2 Escuela de Comunicación Social

3.2.1 Misión

Según la página web de la Universidad Católica Andrés Bello (2014), la misión de la Escuela de Comunicación Social es la siguiente:

Generar nuevos conocimientos que no sólo sirvan de base para una docencia creativa a niveles de pre y postgrado sino que posibiliten la consecución de los propósitos explícitos en su visión, previa asunción de un proceso de actualización de sus estructuras organizacionales y operativas, todo ello orientado a garantizar vigencia y proyección de sus objetivos a través del tiempo.

3.2.2 Visión

“La Escuela de Comunicación Social de la UCAB ha de convertirse en referencia ineludible dentro de todo ámbito generador de conocimientos sobre el fenómeno de la Comunicación Social por su solidez académica, científica, institucional y curricular.” (Página web de la Universidad Católica Andrés Bello, 2014).

3.2.3 Objetivos

De acuerdo a la página web de la Universidad Católica Andrés Bello (2014), los objetivos de la Escuela de Comunicación Social son los siguientes:

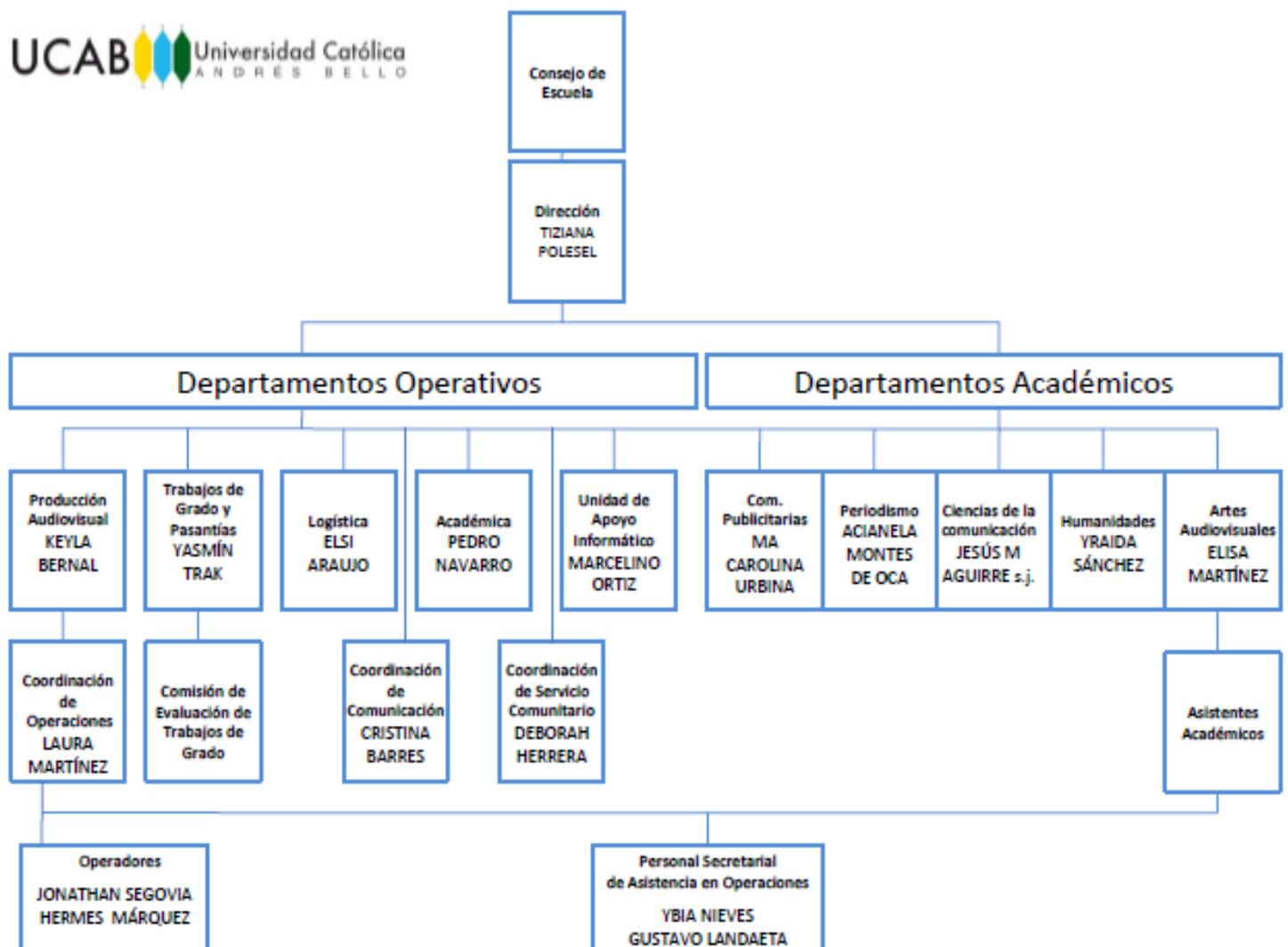
- Formar profesionales con sentido ético, conscientes de que el ejercicio de la Comunicación Social debe considerarse principalmente como un servicio público.
- Fomentar en los estudiantes el sentido crítico y la responsabilidad en la utilización de los medios de comunicación como una función social.

- Proveer a los estudiantes de una sólida formación académica e integral que les permita desenvolverse en las diversas especialidades de la comunicación social.
- Proveer a los alumnos de una sólida formación humanística que les permita interpretar y analizar en forma crítica los hechos sociales, políticos, económicos, artísticos, literarios, filosóficos y religiosos, especialmente los nacionales, latinoamericanos y contemporáneos.
- Propiciar firmes conocimientos sobre la lengua española y su aplicación en la elaboración de mensajes orales y escritos.
- Desarrollar en los estudiantes la capacidad de análisis y síntesis, y el espíritu de investigación, puesto que estas cualidades son indispensables para el desempeño de sus funciones.
- Dotar a los alumnos de los conocimientos metodológicos que les permitan dominar las técnicas de estudio, los instrumentos de investigación y la formulación de proyectos dentro del campo de la comunicación y cada una de sus especialidades.
- Capacitar a los estudiantes en el manejo teórico y práctico de las metodologías, lenguajes, códigos, herramientas y técnicas de la Comunicación Social actual.
- Iniciar a los alumnos en el conocimiento de las nuevas tecnologías, especialmente de informática, y en el manejo de los equipos técnicos disponibles en la Escuela.
- Coordinar un sistema de pasantías a fin de ofrecer oportunidades para la aplicación de las nociones, habilidades y destrezas adquiridas en las aulas.

3.2.4 Organigrama del personal de la Escuela

A continuación se va a presentar un organigrama del personal que conforma la Escuela de Comunicación Social de la UCAB:

Figura 1: Organigrama de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB



3.3 Coordinación de comunicación

3.3.1 Medios utilizados

- Cartelera (medio oficial de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB)
- *Twitter* (@comsocucab)
- Correo electrónico (dirigido a delegados de cada salón)
- Publicaciones en página web
- Cara a cara
- Teléfono

3.3.2 Objetivos

- Mejorar las comunicaciones entre la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y los alumnos logrando la difusión oportuna de las informaciones de su interés.
- Mejorar las comunicaciones entre la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y sus profesores logrando la oportuna difusión de los procesos que deben llevarse a cabo.
- Actualización constante de los diferentes medios electrónicos (Página web y *twitter*)
- Creación de base de datos y de material visual de los profesores de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- Diseño de material para difundir eventos de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

IV. MÉTODO

4.1 Modalidad

La modalidad del presente proyecto de Trabajo de Grado corresponde a la VIII: Pasantías. Este tipo de modalidad de Trabajo de Grado según la página web de la Escuela de Comunicación Social (s.f.) “pretende involucrar al estudiante con el campo laboral y de servicio social a través de un compromiso temporal con una empresa que le permita el logro de una serie de objetivos específicos en un área relacionada con la comunicación” (PARA 1).

Este proyecto de Trabajo de Grado pretende en primera instancia indagar en qué medida la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB cumplió con las expectativas de estudiantes y personal de la Escuela. Para obtener dicha información se necesita, como condición principal, recoger los datos necesarios y representativos para luego ser vaciados y seguidamente analizados con el fin de obtener los resultados pertinentes.

De esta manera, se evaluó los medios y mensajes para emitir dichas comunicaciones y si fueron efectivos.

Tal como lo establece la página web de la Escuela de Comunicación Social, además de contar con un tutor académico en la Universidad (Prof. Jorge Ezenarro, profesor de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB), también contó con un tutor empresarial dentro de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB (Lic. Cristina Barres, encargada de la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela, egresada de la Escuela de Comunicación Social de la mencionada casa de estudios).

4.2 Diseño y tipo de investigación

Según Malhotra (2008) el diseño de investigación es un “esquema o programa para realizar el proyecto de investigación de mercados. Especifica los detalles de los cumplimientos que son necesarios para obtener la información requerida, para facturar y/o resolver los problemas de investigación de mercado” (Pág. 78)

La investigación llevada a cabo fue un estudio de carácter exploratorio y no experimental de campo.

La investigación exploratoria según Kotler y Armstrong (2001) es una “Investigación de mercados que busca obtener información preliminar que ayude a definir problemas y sugerir hipótesis” (Pág. 103).

La información en este tipo de investigación proporciona ideas y comprensión del tema pero es vagamente definida. El proceso de investigación es flexible y no estructurado ya que no se usan procedimientos formales de investigación.

Generalmente este tipo de investigación utiliza muestras pequeñas y no representativas. Por ello, los datos arrojados deben seguir siendo estudiados al ser tomados como tentativos.

En cuanto, a “la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables”. (Kerlinger F. y Lee H., 2002, Pág. 504).

4.3 *Objetivos*

4.3.1 *Objetivo general*

Diagnosticar el desempeño de la de la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB a partir del personal de la escuela y los estudiantes.

4.3.2 *Objetivo específico*

- Describir los mensajes que utilizó la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- Identificar los medios que utilizó la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- Describir la efectividad que generaron los mensajes emitidos por la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

4.4 *Diseño de variables de investigación*

Una variable es definida como “un aspecto o dimensión de un fenómeno que tiene como característica la capacidad de asumir distintos valores, ya sea cuantitativa o cualitativamente” (Tamayo, 1997, Pág.109).

El presente estudio de Trabajo de Grado se centró en la variable de: mensaje, medios y efectividad del mensaje

Mensaje

4.4.1 *Definición conceptual*

Como se mencionó en el marco conceptual, Davara (1994) definió el mensaje como “un conjunto de signos elaborados intencionalmente por un

emisor, para ser transmitido a un receptor, con el deseo de buscar una respuesta” (Pág.294).

4.4.2 Definición operacional

Para efectos del presente Trabajo de Grado, la variable referente al mensaje fue medida haciendo uso de un *Focus Group* aplicado a estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y una entrevista al personal de la Escuela tomando en cuenta la información transmitida en los mensajes anunciados al estudiantado.

Medios

4.4.1 Definición conceptual

Como se especificó en el Marco Conceptual, Martín (2004) especificó que los medios son “diferentes canales de comunicación a través de los cuales se ubican y transmiten los mensajes informativos o publicitarios” (Pág.118)

4.4.2 Definición operacional

Para efectos del presente Trabajo de Grado, la variable referente a los medios fue medida haciendo uso de un *Focus Group* aplicado a estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y una entrevista al personal de la Escuela tomando en cuenta los canales a través de los cuales se envía mensajes de la Coordinación de Comunicaciones.

Efectividad del mensaje

4.4.1 Definición conceptual

Como se especificó en el Marco Conceptual, la efectividad del mensaje está sumamente vinculada con la percepción y satisfacción de la comunicación transmitida. El término de mensaje se define como “un conjunto de signos

elaborados intencionalmente por un emisor, para ser transmitido a un receptor, con el deseo de buscar una respuesta” (Davara, 1994, Pág.294).

4.4.2 Definición operacional

Para efectos del presente Trabajo de Grado, la variable referente a la efectividad del mensaje fue medida haciendo uso de un *Focus Group* aplicado a estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y una entrevista al personal de la Escuela tomando en cuenta el alcance, satisfacción y comprensión del mensaje.

4.5 Operacionalización de variables

Objetivos	Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Instrumentos	Fuentes
Describir los mensajes que utilizó la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB	Mensaje	-Flujo de comunicación del mensaje	-Formal -Informal	¿Cuáles son los canales de comunicación?	Guía de entrevista. Guía de Focus group.	Personal de la Escuela de Comunicación Social. Alumnado.
			-Destinatarios del mensaje	¿Cuál es el destinatario en la comunicación?		
Identificar los medios que utilizó la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB	Medios	-Cartelera	-Organigrama - Información general	-¿Considera que son medios de comunicación efectivos? - ¿Quitaría o agregaría un medio de comunicación? -¿Está satisfecho con los medios de comunicación?, ¿Por qué?	Guía de entrevista. Guía de Focus group.	Personal de la Escuela de Comunicación Social. Alumnado.
		- Twitter	-Tweets enviados -Retweets			
		-Correo electrónico	-Información general -Información específica			
		-Página web	-Información actualizada			
		-Cara a cara	-Rapidez de la atención			
		- Teléfono	-Promedio de llamadas diarias			
Describir la efectividad que generaron los mensajes emitidos por la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB	Efectividad del mensaje	-Alcance	-Frecuencia -Rapidez del mensaje -Pertinencia	¿Son atendidos las inquietudes del alumnado?	Guía de entrevista. Guía de Focus group.	Personal de la Escuela de Comunicación Social. Alumnado.

4.6 Unidades de análisis y población

Se consideraron como unidad de análisis y población estudiantes de pregrado de toda la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello- Sede Montalbán (desde 1er semestre hasta el 10mo semestre) y personal de la Escuela conformado por la Directora, Jefes de departamento (Humanidades, Comunicaciones Publicitarias y Artes Audiovisuales), Coordinación de Servicio Comunitario, Coordinación de Pasantías y Trabajos de Grado y Personal secretarial de asistencia en operaciones.

Según Tamayo (2004) se entiende por población:

Totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrado un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por construir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación (Pág. 176).

4.7 Diseño muestral

Para la presente investigación, se seleccionaron tres unidades de análisis: (a) estudiantes de pregrado de la Escuela de Comunicación Social y (b) dirección y jefes de departamentos operativos y académicos (c) personal asistente de operaciones.

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población...En realidad, pocas veces se puede medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y se pretende – desde luego- que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población. Todas las muestras deben ser representativas (Hernández, Fernández y Baptista, 1997, Pág. 212).

Se entiende por muestreo no probabilístico aquel que “(...) El investigador puede decidir de manera arbitraria o consciente qué elementos incluir en la

muestra. Las muestras no probabilísticas pueden arrojar buenos estimados de las características de población” (Malhotra, 2004, Pág. 320).

El mismo autor refiere que una de las técnicas de muestreo no probabilístico es la muestra por conveniencia la cual “intenta obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador” (Pág. 320).

Asimismo, “(...) es la menos costosa de todas las técnicas de muestreo, y la que consume menos tiempo. Las unidades de muestreo son accesibles, fáciles de medir y cooperativas” (Pág. 321).

Para el presente estudio se utilizó, muestreo por conveniencia tanto para *focus group*, conformado por estudiantes, como para la entrevista integrada por el personal de la Escuela.

4.7.1 Tipo de muestreo

Ortiz (2004) “Es un tipo de muestreo no probabilístico que se caracteriza por el uso de juicios y por un esfuerzo deliberado por obtener muestras representativas, incluyendo, áreas o grupos supuestamente típicos de la muestra” (Pág. 115).

La muestra fue de tipo no probabilística intencional propositiva debido a que el investigador decidió a quién hacerle las preguntas del instrumento. Los criterios para la selección de la muestra fueron:

- Se eligió el ciclo básico ya que está conformado por seis semestres y se dividió en dos partes. El primero estaba conformado por alumnos de 1ero, 2do y 3er semestre y el segundo estaba conformado por alumnos de 4to, 5to y 6to semestre.

- Se eligió estudiantes de 7mo y 8vo semestre porque están en mención y se les empieza a exigir requisitos de servicio comunitario y pueden optar por ver electivas.
- Por último, se eligió alumnos de 9no y 10mo semestre porque continúan realizando el servicio comunitario, viendo electivas y además, es el cierre de la carrera.
- El criterio para la selección de Directora, Coordinadores y Jefes de Departamento se debe a que son las personas que generan mayor cantidad de mensajes en la Escuela.
- Se eligió a los Asistentes de Operaciones ya que se trabajó con toda la población.

Estudiante de pregrado de Comunicación Social: Los sujetos de análisis tendrían que estar cursando la carrera de Comunicación Social y las sesiones de *Focus Group* dirigido a estudiantes se dividió de la siguiente forma:

- *Focus Group#1*: conformado por alumnos de 1ero, 2do y 3er semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- *Focus Group#2*: conformado por alumnos de 4to, 5to y 6to semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- *Focus Group#3*: conformado por alumnos de 7mo y 8vo semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
- *Focus Group#4*: conformado por alumnos de 9no y 10mo semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Se entrevistó a Directora de la Escuela y Jefes de Departamento:

- Tiziana Polesel (Directora de la Escuela)
- Yraida Sánchez (Jefa de departamento de Humanidades)
- Elisa Martínez (Jefa de departamento de Artes audiovisuales)

- María Carolina Urbina (Jefa de departamento de Comunicaciones Publicitarias)
- Yasmín Trak (Coordinación de Pasantías y Trabajos de Grado)
- Deborah Herrera (Coordinación de Servicio Comunitario)

Para la unidad de análisis, de asistente de operaciones se entrevistó:

- Gustavo Landaeta (Personal secretarial de asistencia en operaciones)
- Ibia Nieves (Personal secretarial de asistencia en operaciones)

4.8 Diseño del instrumento

4.8.1 Descripción del instrumento

Para el primer instrumento, conformado por estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, se utilizó *Focus Group*. En este caso, se elaboró un guión con los pasos pertinentes para realizar la actividad de investigación.

Según la página web Definición ABC (s.f., PARA 1) el *focus group* es “(...) un tipo de técnica de estudio empleado en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado”.

Se escogió este instrumento debido a la relevancia que posee este público y a la necesidad de tener contacto personal y directo. Dicha técnica de investigación sirve para recopilar información entre grupos de interés, analizar la dinámica y opinión del grupo ya que esta técnica incita al participante a profundizar tópicos y justificar sus posturas respecto al mismo.

En el *Focus Group* se efectuaron interrogantes relacionadas con la comunicación general de la Escuela hacia el alumnado, la efectividad del mensaje transmitido y la utilidad y función de cada medio utilizados por la

Escuela. También se abordó la percepción y satisfacción del estudiante con las comunicaciones emitidas por la Escuela y la existencia de medios adecuados para una óptima comunicación.

Para el segundo instrumento de estudio, conformado por el personal de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, se utilizó la entrevista semi-estructurada. En este caso, se elaboró un guión de preguntas dirigido al personal interno de la Escuela.

La entrevista es “una situación interpersonal ‘cara a cara’ donde una persona (el entrevistador) le plantea a otra persona (el entrevistado) preguntas diseñadas para obtener respuestas pertinentes al problema de investigación” (Kerlinger y Lee, 2002, Pág. 632).

Se escogió esta técnica de investigación debido a la importancia que tiene estudiar al personal de la Escuela ya que surge la necesidad de tener contacto directo y así poder describir las opiniones expresadas por este grupo que trabaja internamente en la organización y puede facilitar cuáles son las fallas de la comunicación presentes y de qué forma se pueden mejorar. De esta manera, la entrevista permite recibir una amplia visión de las preguntas abiertas y entrelazar los temas o tópicos a mencionados.

4.8.2 Validación del instrumento

Según Tamayo (1997), la validez se refiere “al acuerdo entre el resultado de una prueba o medida y la cosa que se supone medida” (Pág. 224). Durante el proceso de validación del instrumento se observó un estudio detallado para verificar si éstos contaban con validez del contenido o “la representatividad o la adecuación de muestreo del contenido- la sustancia, la materia, el tema-“(Kerlinger y Lee, 2002, Pág. 605).

De esta forma, luego del diseño y descripción del instrumento de medición, los formatos de *Focus Group* y entrevista fueron evaluados y validados por el

Profesor José Vicente Carrasquero, Dr. en Ciencias Políticas y Matemáticas, profesor de la cátedra de Teoría de la Opinión Pública y Teorías Sociales de la Comunicación, el Profesor Pedro Navarro, Licenciado en Educación, profesor de las cátedras de Mercadotecnia y Gerencia de Proyectos y la Profesora Xiomara Zambrano, Doctora en Ciencias Sociales y profesora de las cátedras de Comunicaciones Integradas, Comunicación Organizacional y la electiva de Responsabilidad Social.

Una vez culminado el proceso de validación del instrumento de recolección de datos, se procedió a la realización de ajustes correspondientes. Ambos instrumentos fueron modificados según las recomendaciones sugeridas por los profesores antes mencionados.

4.8.3 Ajuste del instrumento

A continuación se presentan los formatos definitivos de los instrumentos (*focus group* y entrevista) realizados para llevar a cabo la recolección de información. Los cambios realizados fueron sugeridos por los tres profesores mencionados anteriormente.

En líneas generales, dichos cambios fueron realizados en el orden de preguntas y cantidad de preguntas.

Instrumento#1

Focus Group a estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

Pasos a seguir:

- Presentación
- Introducción de la actividad
- Etapa de presentación del grupo
- Tópicos a mencionar

- Agradecimiento
- Refrigerio

La actividad será grabada por una cámara y el audio será integrado en los anexos

Presentación	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del moderador (mi persona) para que los estudiantes se sientan familiarizados al momento de realizar las preguntas. • Explicar el motivo de dicho estudio de Trabajo de Grado. • Tiempo estimado: 30-60 minutos aproximadamente.
Introducción a la actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Se explicará que se va a grabar la actividad desde su inicio hasta el final únicamente para fines de recordación del tesista (mi persona). • La actividad se desarrollará de la mejor manera si se indica el derecho de palabra. De esta forma, se respetará a la persona que está hablando. • Si algún estudiante tiene una opinión distinta a la del grupo es importante que la haga saber.
Etapas de presentación del grupo	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los estudiantes para conocernos un poco y que la actividad se desenvuelva de la mejor forma. Sin embargo, se aclarará que la actividad será anónima para efectos del Trabajo de Grado. • Para tomar confianza entre los estudiantes se les preguntará si conocen la Coordinación de Comunicaciones.

Tópicos a mencionar	<ul style="list-style-type: none"> • Flujo de comunicación del mensaje de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB <ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cómo es la comunicación? ✓ ¿Cómo percibe el mensaje? ✓ ¿Se encuentra satisfecho? ✓ ¿Cómo son sus canales de comunicación? ✓ ¿Formal o informal? • Medios (cartelera, <i>twitter</i>, correo electrónico, página web, cara a cara y teléfono). <ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué importancia tiene cada medio? ✓ ¿Considera que son efectivos? ✓ ¿Agregaría otro medio? ✓ ¿Quitaría algún medio? • Efectividad del mensaje <ul style="list-style-type: none"> ✓ Frecuencia del mensaje ✓ Rapidez del mensaje ✓ Pertinencia de los mensajes ✓ ¿Son atendidas sus inquietudes en la Escuela?
Agradecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Se les agradece por su tiempo, dedicación y calidad de respuestas que se obtuvieron en el Trabajo de Grado.
Refrigerio	<ul style="list-style-type: none"> • A cada estudiante se le obsequió un vaso con jugo.

En el instrumento de *Focus Group* se sugirió entregar a los alumnos un instructivo de normativa en el cual se detallara el motivo por el cual se realizó dicho estudio, función de la actividad, confidencialidad en la identidad, etc.

Dicha normativa puede ser vista en Anexos

Instrumento #2

La entrevista dirigida al personal de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, en un principio contó con 27 preguntas y terminó con un total de 11 preguntas debido a que se sugirió dejar las interrogantes más importantes y necesarias para el estudio de investigación.

1. ¿Cuánto tiempo tiene como directora/coordinador/personal?
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?
4. ¿Cómo son los canales/medios de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?
9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?
11. En general, ¿cómo consideraría usted que debe ser el proceso de comunicación de la Escuela con los estudiantes?

4.9 Criterio de análisis

Después de ser recopilada la información conceptual y la obtenida por medio de los *Focus Group* y entrevistas, se procedió a realizar el análisis. En

primer lugar, la información obtenida de los estudiantes se incluyó en una matriz de análisis de acuerdo al orden establecido por semestres y menciones de toda la carrera de pregrado. Igualmente se realizó el mismo proceso de la matriz de análisis con la entrevista hacia el personal de la Escuela.

En el caso de la información suministrada por los estudiantes de pregrado y el personal de la Escuela, se realizó una síntesis en el cual se colocó únicamente los aspectos pertinentes.

Posteriormente, se realizó una discusión de dichos resultados, en la cual éstos se cruzaron con los términos explicados en el marco conceptual.

La matriz de análisis que se utilizó para el instrumento de *Focus Group* fue el siguiente:

Tópico	Alumno#1	Alumno#2	Alumno#3	Alumno#4	Alumno#5	Alumno#6

En segundo lugar, la información obtenida del personal de la Escuela y lo planteado en el marco conceptual se vinculó con lo expresado por el personal interno de la Escuela. De esta misma forma, se realizó una matriz de análisis que luego se discutió en conjunto con los contenidos del marco conceptual.

La matriz empleada fue la siguiente:

Preguntas	Personal de la Escuela
-----------	------------------------

4.10 Limitaciones

El período de tiempo pautado para la realización de los *Focus Groups* a los estudiantes coincidió con la época de entregas y presentación de exámenes y

ello conllevó a la falta de disponibilidad por lo que no se pudo realizar en las fechas pautadas inicialmente.

Asimismo, ocurrió en la realización de las entrevistas al personal de la Escuela ya que el período pautado para su realización coincidió con la época de corrección de exámenes y finalización del semestre por lo que se tuvo que modificar algunas fechas de entrevistas.

En cuanto, a las entrevistas. No se pudo realizar la entrevista al Padre Jesús M Aguirre (Jefe de Departamento de Ciencias de la Comunicación) por sus múltiples ocupaciones y a la Jefa de Departamento de Periodismo, la profesora Acianela Montes de Oca ya que no se pudo coincidir para pautar una reunión.

Por otra parte, algunos alumnos que participaron en el *focus group* dejaron de responder algunas preguntas y por ello no se puede visualizar en las matrices de presentación de resultado su apreciación sobre el tópico específico, este es el caso de las celdas dejadas en blanco.

4.11 Informe

Para la ejecución del diagnóstico de la Coordinación de Comunicaciones se tuvo que aplicar un instrumento dirigido al público externo de la Escuela, en este caso los estudiantes, y al personal interno de la misma para poder determinar mejorías o fallas en las comunicaciones transmitidas.

Para ello, fue necesario realizar una guía de *Focus Group* que sirviera de apoyo para saber cómo se sentía el estudiantado respecto a las comunicaciones, qué necesidades tienen y cómo se pueden solventar las fallas que persisten en la comunicación directa hacia ellos.

Por su parte, se realizó una guía de entrevista para el personal interno de la Escuela para obtener una visión más clara sobre los cambios positivos o

negativos sobre la integración de la Coordinación de Comunicaciones. Todo ello con la intención de obtener resultados que además de evaluar aspectos positivos o no, dar una visión de cómo se puede mejorar la comunicación con el público externo.

Los instrumentos fueron seleccionados con el fin de proporcionar información sumamente detallada de la opinión del alumno y el personal interno de la Escuela. Es importante destacar que dicho instrumento fue previamente corregido por profesores de la Universidad y de esta manera se empleó el instrumento definitivo que posteriormente proporcionó los resultados, conclusiones y recomendaciones pertinentes del Trabajo de Grado.

V. ANÁLISIS DE RESULTADO

5.1 Logística del Trabajo de Grado

Una vez realizada la selección, diseño, validación y ajustes de los instrumentos se procedió a realizar la aplicación de los mismos a los sujetos de investigación.

Para la aplicación del instrumento del *Focus Group* se pautaron citas previas con los estudiantes para garantizar que por cada focus todos tuvieran disponibilidad el mismo día y a la misma hora. Para la realización del *Focus Group* se dispuso de un equipo de grabación que permitiera luego anexar el audio correspondiente, formato MP3, en los anexos del Trabajo de Grado.

El mismo proceso se realizó con las entrevistas al personal de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB ya que se pautó citas previas con la Directora, Jefes de departamento (Humanidades, Comunicaciones Publicitarias y Artes Audiovisuales), Coordinación de Servicio Comunitario, Coordinación de Pasantías y Trabajos de Grado y Personal secretarial de asistencia en operaciones. Para la realización de la entrevista se dispuso de una grabadora que permitiera luego anexar el audio en MP3 en los anexos del Trabajo de Grado.

5.2 Presentación de resultado

Después de realizar la aplicación del *Focus Group* a los estudiantes y las entrevistas al personal de la Escuela de Comunicación Social se procedió a vaciar la información obtenida en las matrices de análisis correspondientes.

En la matriz de análisis elaborada para los estudiantes se colocó en una columna los tópicos en el orden en que fueron mencionados en el *Focus Group* y en otra columna la respuesta de cada alumno que participó en la actividad.

Todo esto para realizar la comparación de las respuestas dadas por cada alumno según cada tópico que fue mencionado.

Por su parte, en la matriz de análisis elaborada para el personal de la Escuela se colocó en una columna con las preguntas realizadas durante la entrevista y en otra columna la respuesta correspondiente, a fin de llenar las celdas con las respuestas pertinentes.

Los datos obtenidos luego de la aplicación del *Focus Group* y las entrevistas se procesaron como material de información cualitativa, ya que permite abordar temas que van más allá de un dato numérico.

Los datos que se procesaron a través de la matriz de análisis comparó los tópicos/ preguntas con las respuestas dadas por los alumnos y el personal de la Escuela. Esto se cruzó en una tabla y así se obtuvieron las coincidencias y diferencias de respuestas y los datos de interés para dicho estudio. A partir de estos datos se pudo realizar el Diagnóstico de la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Tabla 1: *Matriz para el registro de Focus Group realizado a estudiantes de 1ero, 2do y 3er semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.*

Tópico	Alumno#1 (1ero)	Alumno#2 (1ero)	Alumno#3 (2do)	Alumno#4 (1ero)	Alumno#5 (1ero)	Alumno#6 (3ero)
¿Cómo perciben la comunicación de la Escuela con el alumnado?	“Si no es por los profesores yo no me entero de nada. Nosotros mismos buscamos nuestra propia información”.	“La información que tenemos realmente es muy básica. Si yo me entero de algo de la Escuela es porque yo busco la información por <i>Twitter</i> , por un compañero o profesor pero sino no me entero. Con los profesores hay mucha facilidad de contacto bien sea por correo, en el salón, teléfono”.	“A mí me parece bien. Lo que yo he visto hasta ahorita es que tratan de facilitar el proceso de estudiar y de integrarnos”.		“A mí me parece muy distante. Hay una brecha demasiado grande entre la Escuela y los alumnos. Yo estudio también Letras y ahí no sé si es porque la Escuela es más pequeña. La comunicación entre la Escuela y el alumno es mucho más cercana”.	“Realmente una comunicación por parte de la Escuela no la hemos tenido pero en cambio nosotros estamos al tanto de lo que está sucediendo a través de los profesores o conocidos de otros semestres o amigos que nos ayudan”.
¿Se encuentran satisfechos con la comunicación que emite la Escuela?	“Yo me siento bien”.		“Sí”.		“Claro, lo que pasa es que muy difícil saber cómo es la comunicación en la carrera como tal en este ciclo básico”.	“Yo creo que al principio estaba muy borrosa la visión a la carrera como tal pero después de que vas avanzando poco a poco te vas dando cuenta de cómo es la carrera”.
Categorizan la información como importante o repetitiva		“Poca porque lo que más hemos escuchado así resaltantes son cuestiones de lo que ocurre en el momento, solo eso”.		“Mmm, lo único que uno sabe es cuando suspendieron una prueba o el ataque de los colectivos, esa es la información que llega pero que si		“Yo particularmente me entero de cosas importantes por amigos de otros semestres e inclusive de otras carreras cuando se trata de informaciones de la universidad”.

				hay eventos o conciertos, nada".		
¿Cómo son los medios de comunicación de la Escuela? ¿Formales o informales?	Todos están de acuerdo en que los medios son informales.					

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
Cartelera: ¿Qué opinan? ¿Consideran que es un medio efectivo?	"¿Cuál cartelera?".	"Las veces que yo he ido. Ahí está lo mismo".	"Pero no todo el tiempo vamos a estar yendo a la cartelera".	"Sinceramente sé que existe una cartelera donde están los horarios pero yo no le paro pues".	"Básicamente hay horarios y más nada".	"Uno va a la cartelera para ver el salón".
Twitter: ¿Un medio rápido, efectivo y confiable?	"No sabía".	"Yo busco información en el <i>twitter</i> para ver si hay clases y yo he hecho varias preguntas y me han respondido bastante rápido".	"El otro día hice una pregunta pero no me respondieron".	"Publican la información ese mismo día y uno no se entera".		"Yo creo que el <i>twitter</i> es el único medio presente para la Escuela. Es lo único que yo siento que está ahí a diario".
¿Qué opinan sobre el correo electrónico?	"A mí me llegan son correos de los profesores".		"Hay gente que no le llegan o no los abren y no les llega la información".	"De la Escuela nada. Creo que es así que le llega a la delegada y ella a nosotros".	"En mi otra Escuela cada vez que hay una actividad o algo la directora siempre manda un correo pero aquí no llegan correos de la directora no sé por qué".	
¿Qué opinan sobre la página web?	"A mí me gusta la página".	"La información de ahí no ha cambiado solo fechas de inscripción".	"Si los comunicadores que también están en publicidad debería ser algo más llamativo".		"Es muy general de la universidad y nunca específica de la Escuela".	"Falta información en la página y es un poco engorrosa".
¿Cómo evalúan	"Bueno".	"La señora	"A mí me	"Normal".		

<p>el trato cara a cara en la Escuela?</p>		<p>que está afuera nos atendió pero fue bastante antipática”.</p>	<p>trataron feo. Estamos comenzando y obviamente existen dudas y preguntamos algo con respecto al horario y la persona que nos atendió nos dijo: Ay, bueno véanlo en la cartelera y con el tiempo fue que solucionamos y entendimos qué era lo que pasaba”.</p>			
<p>¿Alguna vez han utilizado el medio: Teléfono para comunicarse con la Escuela? ¿Cuáles son sus principales motivos por los que usa este medio?</p>	<p>Ninguno ha utilizado el medio del teléfono porque no lo han necesitado y lo usarían para algo muy preciso.</p>					
<p>Después de hablar de todos los medios. ¿Agregaría o quitaría algún medio?</p>				<p>“Mejoraría la comunicación personal, cara a cara”.</p>	<p>“Yo también. Mejoraría la comunicación a través del correo electrónico”.</p>	
		<p>“Yo no agregaría pero sí mejoraría”.</p>				

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
<p>Efectividad de las comunicaciones:</p>	<p>“Buena”.</p>			<p>“Nula”.</p>		
<p>¿Con qué frecuencia recibe mensajes de la</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo que les llegan pocos</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo que les llegan</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo que les llegan pocos</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo que les llegan</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo que les llegan</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo que les llegan pocos mensajes de la</p>

Escuela?	mensajes de la Escuela.	pocos mensajes de la Escuela.	mensajes de la Escuela.	pocos mensajes de la Escuela.	pocos mensajes de la Escuela.	Escuela.
¿Considera que son resueltos sus inquietudes o problemas cuando se dirige a la Escuela?	“Bueno, yo sí hice una pregunta a la señora porque quería cambiar mi horario y me trato un poco odiosa pero sí me dio la respuesta”.	“No. No me han resuelto nada”.	“El día que fuimos a la Escuela y la señora no nos dio una explicación”.			“No. Nos quedamos a la deriva”.
¿Con qué rapidez son atendidas sus quejas o dudas?			“No. Con el tiempo pude solucionar mi problema y entendí pero no me ayudaron bien”.			
Describir en una palabra la comunicación de la Escuela hacia los estudiantes	“Nefasta”.	“Distante”.		“Vacía”.		“Debe cambiar”.

Tabla 2. Matriz para el registro de focus group realizado a estudiantes de 4to, 5to y 6to semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Tópico	Alumno #1 (6to)	Alumno #2 (6to)	Alumno #3 (4to)	Alumno #4 (5to)	Alumno #5 (6to)	Alumno #6 (5to)
¿Cómo perciben la comunicación de la Escuela con el alumnado?	“Yo nunca me entero por informaciones de la Escuela. Me llegan correos pero me llega tanta basura de la Escuela que al final me termino enterando por alguien que me dice por whatsapp: Hey, hiciste tal cosa”.	“Considero que son un poco defectuosas porque generalmente pasan las comunicaciones al correo de la UCAB y eso nadie lo revisa y cuando te lo pasan al correo personal es cuando el delegado lo redirige a ti”.		“Mala. Una vez me entere de un foro no porque enviaran correos de la Escuela sino por una foto que enviaron por un grupo estudiantil”.	“Considero que el trato personal es chimbo porque no te dan la información completa. Te dicen una cosa hoy y mañana otra. Uno te dice que sí y otro te dice que no y no sabes qué”.	“A mí no me parece efectiva porque ellos podrán enviar correos pero eso es muy fácil. Uno quiere que lo ayuden a resolver problemas .En la misma Escuela hay gente que sabe cosas y”.

					hacer. Todos deben estar acorde en lo que dicen”.	gente que no sabe. En quién confío, se contradicen”.
¿Se encuentran satisfechos con la comunicación que emite la Escuela?	“No. Por la Escuela nunca sé nada”.	“No. Hay una falla comunicativa en la Escuela. Se contradicen”.			“No. Yo estoy totalmente convencida que las secciones de la tarde son ignoradas. Nosotros no existimos para cualquier cosa que se haga en la universidad”.	“No. Ellos se empeñan en llevarte la contraria. El semestre pasado me pasó que me chocaba una clase y fui a decirle a la señora y me puso cara de que yo estoy loca y de que estaba inventando lo que salía en la página. Vio que sí me estaba chocando y no le quedó de otra que cambiarme la clase pero es como yo trabajo en la Escuela, yo soy la que te hace a ti los horarios y yo no me equivoco”.
Categorizan la información como importante o repetitiva.	“Me llega un correo que dice Comunicación Social y a menos que no tenga un título de importante decidí no pararle porque creo que están aislados de los horarios. Tienes clase a las 12 y te envían un correo para que asistas a un foro a la 1pm.”		“El hecho de que te lleguen los correos sean importantes o sean cualquier cosa también depende de la responsabilidad de los delegados porque dependiendo de cómo él remite el mensaje al salón llega la comunicación o	“Hay veces me llegan informaciones de hay un foro en X parte, hay una charla y no me interesa pero a veces llegan informaciones como la suficiencia de inglés y eso uno sí lo toma en cuenta”.		“Es parte y parte”.

			no".			
¿Cómo son los medios de comunicación de la Escuela? ¿Formales o informales?	Todos estuvieron de acuerdo con el apartado del alumno 4 y 5 que los medios utilizados son informales.					

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
Cartelera: ¿Qué opinan? ¿Consideran que es un medio efectivo?	"Lo único que hace la cartelera es coleccionar polvo".	"No publican las informaciones a tiempo y no veo nada ahí".		"Solo voy a la cartelera el primer día del semestre para verificar mi horario".		"Para mí lo único importante son los horarios. Lo que pasa es que a lo mejor puedes ver otras cosas pero como uno no lo considera como importante".
Twitter: ¿Un medio rápido, efectivo y confiable?		"Lo que pasó la otra vez del tiroteo. Uno estando aquí y sabiendo que la cosa estaba fea y leías el <i>twitter</i> y decía todo está en calma".	"A mí me parece que la información que tienen en el <i>twitter</i> es información muy importante. Suspensión de clases, recordatorio para retirar materia, recordatorio para las menciones y la suficiencia de inglés".	"Yo la verdad no reviso el <i>twitter</i> de la Escuela. Sé que lo sigo pero más nada. Es un poco chimbo porque se supone que si es Comunicación Social en las redes sociales debe ser un poco más activo".	"Ponen información generalísima y uno necesita cercanía. Uno sigue el <i>twitter</i> de la Escuela por deber".	"A mí me parece que si no es en situaciones de emergencia no publican nada interesante".
¿Qué opinan sobre el correo electrónico?	"Nunca me entero de nada".			"Es el único medio que medio informa porque a mí no me llaman a mi casa, ni va alguien al salón a que te lo diga, ni me mandan una carta. ¿Lo ponen en la cartelera?".		"Envían correos por enviar. No están pendientes de a quién se lo envían".
¿Qué opinan sobre la página web?	"Que tú tengas que ver un video tutorial para poder buscar tu propio horario"	"Los horarios son muy complicados. Sobre todo en esta nueva plataforma"	"No me gusta".	"En mi opinión es un desastre. Yo nunca consigo nada en la página de la Escuela".	"Cuando me vine a inscribir en Comunicación Social vi el pensum y más"	"Completo desastre. De hecho cuando la profesora María Soledad nos mandaba a"

	<p>en la página significa que algo anda mal. Yo creo que el problema de la página es que tiene mucha información en una sola parte. No tienen bien categorizada la información ni la actualizan”.</p>	<p>web”.</p>			<p>nunca lo he podido ver. Yo quería buscar ahorita que voy a entrar a audiovisual cuáles son las materias que voy a ver. Eso fue imposible. De hecho cuando voy a retirar una materia busco en Google: Planilla para retirar materia UCAB y me sale el link pero buscarlo por la página web es imposible”.</p>	<p>buscar los periódicos por la página web era un problema porque no sabía por dónde meterlo”.</p>
<p>¿Cómo evalúan el trato cara a cara en la Escuela?</p>		<p>“Yo no voy casi directo a la Escuela sino que le consulto a profesores y me dan la información como es. Hay profesores como Ezenarro que son full receptivos con los que hablas pero la Escuela no”.</p>		<p>“Siempre que voy a pedir una información me tratan mal. Me contestan feo y me hacen sentir una tonta. Sobre todo que la Escuela es el foco donde uno va a pedir ayuda y aunque la duda sea tonta se supone que siempre debe haber alguien dispuesto a darte la información. Para algo hay instancias, una recepcionista que debe conocer su trabajo y estar bien informada. Si no te gusta atender a la gente, ¿por qué tienes un trabajo de atención al cliente?”.</p>	<p>“La secretaria debe aprender a tratar a la gente. Es súper grosera y además tiene respuestas que no son amables ni correctas para el alumno”.</p>	<p>“Yo le pregunto al profesor Navarro porque ya lo conozco y me dio clases”.</p>

<p>¿Alguna vez han utilizado el medio: Teléfono para comunicarse con la Escuela? ¿Cuáles son sus principales motivos por los que usa este medio?</p>				<p>“Sí. Una vez llame a la Escuela porque necesitaba ver en web una nota para pedir el financiamiento y no me abría porque lo estaba abriendo con <i>Google Chrome</i> y no con <i>Explorer</i>. Ah ok”.</p>		
<p>Después de hablar de todos los medios. ¿Agregaría o quitaría algún medio?</p>	<p>Todos estuvieron de acuerdo en que se debe mejorar los medios de comunicación. Ni quitar ni agregar.</p>					

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
<p>Efectividad de las comunicaciones de la Escuela</p>	<p>“Exacto – refiriéndose a la respuesta de su compañera #2”.</p>	<p>“Por ejemplo cuando nos mandaron a escanear la planilla de mención no te llega un correo de que tu correo ha sido enviado satisfactoriamente . Si confiara más en las comunicaciones electrónicas las enviara. No veo necesario estos trámites de papeles que hay que imprimir y escanearlo si luego lo voy a botar”.</p>		<p>“No es buena. El último correo que enviaron para la suficiencia de inglés le coloca un chorrero de cosas y no entiendo qué es lo que tengo que hacer. Y yo llegue al punto de que no voy hacer suficiencia de inglés porque no entiendo qué tengo que hacer y si me vas a explicar algo que sea más</p>	<p>“No. Es para peor”.</p>	

				didáctico”.		
¿Con qué frecuencia recibe mensajes de la Escuela?	“Yo nunca sé nada”.			“Casi todos los días”.		“Casi siempre”.
¿Considera que son resueltos sus inquietudes o problemas cuando se dirige a la Escuela?		“Los problemas los han resuelto pero fuera de la Escuela. Me los resuelve Cristina, el profesor Ezenarro sobre todo porque no tengo un error sino porque solicito información”.	“Solo errores de horario y porque ellos colocan entre esas comunicaciones que se arreglan horarios de tal día a tal día”.	“No. Yo me acabo de acordar que a una compañera que el profesor le coloco 9 en vez de 10 porque se equivocó y hasta el semestre pasado tenía horario de repitente porque le decían que todavía no podían arreglar su nota”.	“No. Yo tengo un problema, no he podido ver estadística II y estoy en 6to semestre. Este semestre logre encontrar esa clase sin que me chocara en el horario y no se puede hacer nada. Ellos dicen: ve cómo resuelves para ver esa materia”.	“A mí me arreglaron mi problema con el horario que la materia me chocaba”.
¿Con qué rapidez son atendidas sus quejas o dudas?	“Depende de quién te atienda”.	“Cada vez que tengo una duda le pregunto a Cristina o Ezenarro”.			“Lentísimo”.	“A mí me atendieron rápido pero no tenían otra opción”.
Describir en una palabra la comunicación de la Escuela hacia los estudiantes	“Inadecuada”.	“Inexpertas”.	“Le falta”.	“En desarrollo”.	“Ineficiente”	“Inútil”.

Tabla 3. Matriz para el registro de focus group realizado a estudiantes de 7mo y 8vo semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Tópico	Alumno #1 (7mo CP)	Alumno #2 (8voCP)	Alumno #3 (8voP)	Alumno #4 (7moP)	Alumno #5 (8voAA)	Alumno #6 (7moAA)
¿Cómo perciben la comunicación	“Si quiero buscar alguna información voy	“La Escuela envía full correos. Yo	“A pesar de que ellos manden	“De verdad me agrada la comunicación”.	“Siento que no es muy eficiente”.	“Desorganizados”.

de la Escuela con el alumnado?	y le pregunto a la secretaria sino le pregunto a un profesor”.	soy la delegada de mi salón y yo recibo los correos de Pedro y Tiziana y ellos tratan de mantener full comunicación”.	correos siento que cuando uno va a la Escuela como tal a preguntar algo siento que hay mucha contradicción dentro de lo que dicen. Sobre todo al inicio del semestre no hay una consistencia de la información que te transmiten”.			
¿Se encuentran satisfechos con la comunicación que emite la Escuela?	“Me ha pasado que la profesora dijo esa misma mañana no hay clase y vine a clases igual”.		“Depende de quién te atienda. Por ejemplo: Marcelino para mi es la estrella de la Escuela que te puede atender pero si vas a alguien externo como la secretaria no maneja la información correcta ni oportuna para responder una duda específica”.	“Sí”.	“Mmm, no tanto”.	
Categorizan la información como importante o repetitiva				“Ambas. Deben categorizar la información de interés”.		
¿Cómo son los medios de comunicación	“El correo me parece que es el mejor medio	“Creo que tienen ambos. Por ejemplo	“Sí, se comunican mucho por		“Yo creo que el correo es informal pero	

de la Escuela? ¿Formales o informales?	que tienen. Sin embargo, cuando tienes una duda tuya dirigirte a la persona es más complicado”.	tienen la cartelera para todo el mundo y es un medio formal, que no la actualicen mucho es otra cosa”.	mail”.		muchas veces”.	
---	---	--	--------	--	----------------	--

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
Cartelera: ¿Qué opinan? ¿Consideran que es un medio efectivo?	“Creo que necesita actualizarse más seguido y organizarla mejor”.	“Sí, actualizarla y hacerla más llamativa. Es la cartelera de Comunicación Social y son puras hojas blancas”.	“Bueno, además de hacerla más llamativa es necesario actualizarla y tener un esquema más claro al principio del semestre que es cuando creo que el estudiantado tiene muchísimas más dudas con respecto a las materias y otra parte la cartelera debe tener el cronograma de fechas de los anteproyectos, de proyecto de verano porque uno va a la Escuela y habla con la gente que está afuera y no tiene noción y entregas papeles inseguros porque no sabes si le va a llegar a la persona correcta”.	“Sí, es verdad (lo que dijo el alumno#3)”.	“Opino lo mismo de la cartelera”.	“Hay mucha información que se le puede sacar más provecho estando en cartelera”.
Twitter: ¿Un medio rápido, efectivo y confiable?	“En verdad a mí sí me ha funcionado. En el	“Sí, a mi igual y yo en lo personal he preguntado	“Opino lo mismo que el alumno#1 ya que cuando pasaron estos	“Claro y era como tener la responsabilidad de saber todo y		“Sí, el tema de la inmediatez y el poderlo actualizar inmediatamente es la

	momento de crisis que tuvimos hace unos meses en verdad funcionó full bien y me pareció que en ese momento fue muy efectivo”.	cosas por <i>twitter</i> y me las han respondido”.	problemas sí avisan bastante bien y te respondían claro y rápido”.	era chévere”.		clave del <i>twitter</i> en general y el hecho de lo que hayan hecho oficial es lo que le da plus”.
¿Qué opinan sobre el correo electrónico?			“Se debe categorizar los correos por importante, información adicional y así porque llegan muchos correos y no los leo”.		“Que a veces envían correos que de verdad no tienes interés entonces muchas veces tratas de no leer los correos”.	
¿Qué opinan sobre la página web?	“Es complicada. Cuando buscas el informe del servicio comunitario. Es muy tediosa”.	“A parte que no hay ninguna otra motivación que solo buscar Servicio Comunitario y formatos de anteproyecto de la tesis. No es algo con lo que tú puedas interactuar con la página”.	“Alguien te tiene que explicar a juro cómo llegar ahí porque tú solo no llegas”.	“Sí, y no llama la atención. Por ejemplo: Mi hermanita está evaluando qué universidad estudiar y ella se metió a la UCAB, Monteávila y ellos tenían videos, todo lo que hacían y en cambio acá no había nada”.	“Para mí es súper complicada y todo es un rollo”.	“Para mí no tiene más nada que me aporte que información institucional y básica”.
¿Cómo evalúan el trato cara a cara en la Escuela?	“Es relativo”			“A mí me parece bien. La secretaria (Sra. Ibia) me trata bien pero también es cuestión de actitud de parte del alumno porque yo siempre voy y la saludo porque en verdad su	“Yo creo que depende de qué tan de buenas los agarres. A mí me han atendido bien pero también me han salido con patadas”.	“Sí, depende de quién te atiende, del humor, del problema que tengas. Depende de cualquier cosa en el camino”.

				trabajo es súper fuerte y que vengan y te pregunten todos los días lo mismo puede que te canses”.		
¿Alguna vez han utilizado el medio: Teléfono para comunicarse con la Escuela? ¿Cuáles son sus principales motivos por los que usa este medio?	“Nunca llamo a la Escuela”.	“No”.	“Sí, yo llamo a la Escuela y pido hablar con Marcelino y si no me convence lo que me dijeron voy directamente a la Escuela”.			
Después de hablar de todos los medios. ¿Agregaría o quitaría algún medio?	“Yo lo dejaría así y mejoraría los demás”.	“Los mejoraría pero hay medios que no usamos como el correo que te dan el día en que te inscribes (el de la UCAB) y no lo usas más nunca”.	“Sí, y no enfocarse tanto en el correo. En la página web deben hacerlo un poco más visible para que las personas no necesiten ayuda a la hora de buscar algo”.		“Mejoraría los que tiene”.	“Yo creo que se puede incluir mensajes de texto para este tipo de eventos (crisis) en el que <i>twitter</i> tiene un papel pero sin internet pudiese ser problemático en cambio un mensaje de texto es como más directo y llega a más personas. Pudiese estudiarse la posibilidad hay de hacerlo y qué tipo de info se pasaría por ese medio”.

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
Efectividad de las comunicaciones			“Siento que ha mejorado, no tanto le falta muchísimo por mejorar pero antes el acceso a la información en la Escuela era más difícil”.		“A mí me parece que sí ha avanzado pero para ser una Escuela de Comunicación Social es completamente atrasado todo”.	
¿Con qué frecuencia recibe mensajes de la Escuela?			“Siempre”	“Opino igual que el alumno #5 y también que los correos son	“La frecuencia depende del medio. Por ejemplo si es por correo hay	“Constante pero siento que de las cosas que no quiero estar informada son de las que estoy

				full largos. Haces un scan y lees las negritas”.	exceso de información, el <i>twitter</i> solo lo reviso en ocasiones de emergencia y la cartelera solo el horario”.	informada y las que sí quiero no estoy informada”.
¿Considera que son resueltos sus inquietudes o problemas cuando se dirige a la Escuela?			“Medianamente”.	“Yo nunca he tenido un conflicto sino que lo que siempre he pedido me lo han resuelto”.	“Yo siento que nunca resuelven nada. Tú vas y pides información y nunca te saben responder y no importa lo que vayas a preguntar te tratan mal”.	“En mi caso perdí la suficiencia de inglés porque no leo el <i>twitter</i> y ahí publicaron la información. Hable con Pedro, le explique la situación y me dijo que no podía hacer nada solo guardar mi recibo para la próxima suficiencia”.
¿Con qué rapidez son atendidas sus quejas o dudas?	“Yo creo que son lentas y aunque intentan mejorar no es del todo bueno”.		“Lentos. Para la validación de materias se tarda casi un semestre completo”.	“Exacto. Pero son cosas simples. Cómo voy a escoger una electiva sin saber cuál es mi horario de clase”.		“Los procesos son excesivamente largos. Me validaron el servicio comunitario hace dos semanas después de varias semanas. Otra cosa es que no me gusta que no salga el nombre del profesor que me va a dar la electiva”.
Describir en una palabra la comunicación de la Escuela hacia los estudiantes	“Regular”.	“Por debajo del promedio”.	“Depende”.	“Inconsistente”	“Ineficiente”.	“Promedio”.

Tabla 4. Matriz para el registro de focus group realizado a estudiantes de 9no y 10mo semestre de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Tópico#1	Alumno#1 (10moCP)	Alumno#2 (10moP)	Alumno#3 (9noCP)	Alumno#4 (9noP)	Alumno#5 (10moAA)	Alumno#6 (9noAA)
¿Cómo perciben la comunicación de la Escuela con el alumnado?	<p>“Bueno, en realidad yo sé que todo es por correo y a través de los delegados pero no hay relación directa entre los estudiantes y la Escuela. Por ejemplo: A mi hay comunicados que nunca me han llegado y me entero de boca a boca en el mismo salón”.</p>	<p>“Tengo una perspectiva distinta a la de mi compañera porque estoy involucrada con la universidad y siento que las informaciones sí llegan en el momento adecuado y creo que se informa de todas las actividades que se hacen tanto en la Escuela de Comunicación Social como en el Post-grado y todo a la comunicación respecto”.</p>	<p>“Bueno, aparte de los correos creo que es importante el <i>twitter</i> porque es una fuente de información e incluso Tiziana la usa bastante y ponen informaciones de materias como de eventualidades que pasan en la universidad. Y si no lees los correos de la delegada no te vas a enterar de nada pero ya queda parte del estudiante leerlo o no y enterarse de lo que pasa”.</p>	<p>“Sí, yo opino igual porque los delegados son quienes envían la información. Por lo menos dos veces al día recibimos información de los delegados y me parece que es constante la comunicación”</p>	<p>“Bueno, en mi caso soy la delegada del curso y efectivamente recibo la informaciones de la Escuela y se la remito al salón. Coincido con mi compañera#3 en que es muy importante el uso de redes sociales en situaciones tensas en el país. Pero siento que hay eventos que hace la Escuela que debe tener más apoyo de afiches o de publicaciones en la cartelera. Algo más aparte del correo porque a veces no lo leemos o se pierde la información con la cantidad de correos que recibimos de la Escuela”.</p>	<p>“A mí me parece que la comunicación de la Escuela es bastante distante. Y que existe un proceso de jerarquización un poco raro porque si tienes una base de datos de estudiantes por qué no envías correos directos y lo haces a través de un intermediario”.</p>
¿Se encuentran satisfechos con la comunicación que emite la Escuela?	<p>“Yo sí me siento satisfecha pero como comentaron mis compañeros el</p>				<p>“Yo siento que sí es satisfecha porque opino que la comunicación es bastante</p>	

	delegado es responsable pero si hubiésemos estado en el caso en el que el delegado fuese irresponsable, las informaciones no llegarán y fuese insatisfecho".				formal. Una comunicación organizada a través de canales formales".	
Categorizan la información como importante o repetitiva	"Siento que son muy repetitivos en cuanto a los procesos. Por ejemplo la prueba de suficiencia de inglés te llegan 2.000 veces los correos explicando lo mismo y nunca está totalmente clara la inscripción".	"No categorizan bien la información. Por ejemplo ahorita están enviando los correos de suficiencia de inglés y estoy en 10mo semestre y ya no necesito esa prueba".			"Yo en eso tengo una acotación porque yo estoy en 10mo y voy a presentar la suficiencia de inglés y requiero de la información por tanto no podemos generalizar que por ser de 10mo semestre nadie la va a presentar".	"Bastante repetitivas. Hay correos que son basura, son extremadamente largos y muchas veces le ponen tópicos como importante o urgente y en realidad no lo son".
¿Cómo son los medios de comunicación de la Escuela? ¿Formales o informales?					"Yo considero que son medios formales porque queda de parte del estudiante revisar el correo electrónico o no y estamos en un mundo en el que revisamos constantemente e nuestro correo y esa es la forma más efectiva y rápida para	"Totalmente informales. Pero si estamos hablando de la Católica donde hay todo tipo de gente, hablamos de becados o personas que tienen menos recursos que nosotros quizás no tienen teléfono inteligente y no pueden enterarse de todas estas informaciones, entonces debe haber un medio que realmente sirva para todos".

					llegar a todo el mundo. Y no estoy de acuerdo con mi compañero#4, yo más bien considero que las personas de bajos recursos tienden a tener un solo equipo bueno, en lugar de tener un reproductor de música, una cámara y un celular, tienen un teléfono que pueda reunir las tres funciones”.	
--	--	--	--	--	--	--

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
Cartelera: ¿Qué opinan? ¿Consideran que es un medio efectivo?	“Yo porque soy súper alejada de las cosas de la universidad y me paro en la cartelera solo para ver el horario o ver fechas de inscripciones. A veces el mismo horario está errado. Yo que no estoy pendiente del horario he llegado y me dicen este salón que estaba en la cartelera ya lo cambiaron”.	“Incluso cuando te acercas a la Escuela y preguntas cualquier tipo de información ya no te mandan a la cartelera sino que te mandan a las redes sociales entonces eso hace que la cartelera ya no sea un medio tan importante para el estudiante”.			“Si tomamos a la cartelera como un medio formal no todo el mundo va a ir a la cartelera necesariamente porque no a todo el estudiantado le gusta pasar por la cartelera y la información extra está alejada a la Escuela donde están los horarios y a veces uno puede no ver. Yo estoy de acuerdo con mi compañera#2 que no hay una pasión de uso	“Que la comunicación es distante”.

					para la cartelera".	
Twitter. ¿Un medio rápido, efectivo y confiable?	<p>"Yo siento que aun así necesitan hacerle más renombre al <i>twitter</i> de la Escuela porque yo seguí la cuenta de universidad en febrero cuando empezaron los problemas. Antes no seguía la cuenta de la Escuela porque está Universal Tráfico y están otras cuentas que me informan lo mismo en cuanto a sociopolítico. Sin embargo, siento que se deben informar en más cosas de la universidad, en que se haga más necesario revisar la cuenta".</p>		<p>"Yo creo que sí, cuando hay una tranca para la universidad yo me meto ahí ya que es más rápido que esperar un correo".</p>	<p>"Yo en mi caso prefiero el correo porque a veces no reviso <i>twitter</i> entonces quizás no me puedo enterar porque no estoy pendiente".</p>	<p>"Creo sobre todo en relación con la situación social, política y económica que estamos viviendo la cuenta oficial de la Escuela y de la universidad ha sido muy importante".</p>	
¿Qué opinan sobre el correo electrónico?	<p>"A mí sí me llega un correo de la Escuela siempre lo tomo como importante".</p>		<p>"Hay unos que sí y hay unos que no. Depende del título. Por ejemplo: Foro de periodismo, borrar".</p>			
¿Qué opinan sobre la página web?	<p>"Siento que tiene lo que debe tener. Tiene mucha información pero no sabes cómo conseguirla".</p>			<p>"Me meto cuando es algo muy preciso y me parece fácil conseguir las cosas que necesito porque ya sé dónde están"</p>	<p>"Hay cosas que sí se encuentran más rápido. Por ejemplo en el caso del servicio comunitario te vas directamente a Comunicación Social y te aparece directamente la opción pero hay"</p>	<p>"Si hablamos directamente de la página de la Escuela como tal no creo que no tiene nada como tal que te diga recuerda meterte en la página de la Escuela para revisar esto. Siento que hay informaciones que"</p>

					otras informaciones que tienen mayor dificultad para encontrarla pero la uso para cosas puntuales buscar servicio comunitario y formatos de tesis”.	mandan por correo que pueden estar directamente en la página. Por ejemplo un foro, colocar eventos y ves pero lo que pasa es la página no la actualizan”.
¿Cómo evalúan el trato cara a cara en la Escuela?	“Para arreglar un inconveniente es un problema. Una vez fui arreglar una carta de pasantía porque habían escrito mal mi nombre y no me respondían los correos, Tiziana no estaba y todo era un problema. En otra oportunidad necesitaba que mi quitaron un hold y la secretaria (Sra. Ibia) no me quería atender y opte por hacerle señas a Marcelino”.	“Súper malo. Creo que cuando vas a preguntar una información a la persona que está ahí que es la secretaria, en mi caso prefiero preguntarle esa misma información a Cristina que está allí y sé que estudió en la universidad y conoce todos los problemas de la Escuela y me va a contestar de mejor manera y en forma precisa”.	“Hay una señora que es muy antipática (Sra. Ibia). Antes cuando uno se inscribía de forma presencial esa señora inscribía y nadie quería que le tocara por su actitud”.	“Nunca saben nada”.	“Para complementar un poco a mis compañeros creo que hay un problema de comunicación en la Escuela que se refleja cuando uno va a hablar con ellos en la Escuela”.	“La secretaria atiende muy mal y le preguntas algo y sientes que aunque debe proveer la información muchas veces no lo hace. Tú empiezas a ir a la Escuela cuando conoces a algún profesor. Por ejemplo conoces a Navarro vas directamente con él porque no quieres pasar con una secretaria que te va a tratar mal. Un caso particular donde vi que no había buena comunicación de la Escuela es cuando enviaron un correo diciendo que había que entregar un formato hasta tal fecha y si lo querías entregar antes la secretaria te decía que no que tenías que esperar hasta la fecha tope y eso no era lo que decía en el correo”.
¿Alguna vez han utilizado el medio: Teléfono para comunicarse con la Escuela?		“Cada vez que llamo a la Escuela para preguntar por un profesor me dicen: no sé si está, no sé si		“Es inútil porque nunca están o te dicen que no te pueden resolver y	“Yo una vez llame a la Escuela para comunicarme con un profesor, con mi tutor de tesis para	

<p>¿Cuáles son sus principales motivos por los que usa este medio?</p>		<p>vino hoy a clases. Y cada vez que llamo a la Escuela me atiende la misma persona que atiende mal (Sra. Ibia)".</p>		<p>tienes que ir a la Escuela. En mi caso llame una vez que estaba en 4to semestre desde mi casa y me di cuenta que no valía la pena llamar sino ir directamente o tener contacto con algún profesor".</p>	<p>indicarle que no iba a poder llegar a la reunión y me lo comunicaron".</p>	
<p>Después de hablar de todos los medios. ¿Agregaría o quitaría algún medio?</p>	<p>"Yo pienso que los medios están bien pero deben optimizar los que ya tienen y dependiendo de las necesidades si hay más alumnos pones otros".</p>	<p>"Siento que los mismos pero se debe hacer una campaña que diga estas son nuestras redes sociales y aquí nos pueden seguir para evitar rollos como lo que paso hace poco que había una cuenta oficial de la Católica y luego había otra y no sabías cuál era la verídica".</p>		<p>"Yo creo que debe haber alguien que se encargue de las redes. Debe haber un <i>Community Mannager</i>".</p>		

Tópico	Alumno #1	Alumno #2	Alumno #3	Alumno #4	Alumno #5	Alumno #6
<p>Efectividad de las comunicaciones</p>			<p>"Sí, llegan pero más nada".</p>			<p>"No tanto como uno espera".</p>
<p>¿Con qué frecuencia recibe mensajes de la Escuela?</p>	<p>"Mucha".</p>			<p>"Por lo menos dos veces al día recibimos información de los delegados"</p>	<p>"Siempre están enviando constante información"</p>	<p>"¿Por correo? En exceso".</p>
<p>¿Considera que son resueltos sus inquietudes</p>	<p>"A mí nunca me han solucionado nada en la"</p>			<p>"Dependiendo de la persona que me"</p>		

<p>o problemas cuando se dirige a la Escuela?</p>	<p>Escuela, siempre tienes que moverte tú por tu propia cuenta”.</p>			<p>atienda”.</p>		
<p>¿Con qué rapidez son atendidas sus quejas o dudas?</p>	<p>“No, no hay rapidez”.</p>		<p>“Deben aclarar dudas no solo a los que están iniciando sino a todos porque no somos solo nosotros seis que nos quejamos de ella (Sra. Ibia)”.</p>		<p>“En mi caso yo he eximido todos los inglés y el último no pude presentar la prueba y fui a la Escuela a preguntar qué opciones tenía yo para no ver la materia y pues tener otras opciones y la profesora que me atendió me dijo que si retiraba la materia tenía la opción de verla en régimen especial, es decir, verla ahorita en Octubre. Cuando en realidad yo tenía como opción retirarla y presentar la prueba de suficiencia y eso me lo aclaró mi profesora de inglés. Por ello yo creo que las dudas se resuelven dependiendo</p>	<p>“Es verdad que la Escuela de Comunicación Social somos muchos estudiantes pero debes tener una comunicación buena con el estudiante para que te recomiende”.</p>

					del profesor que te atiende".	
Describir en una palabra la comunicación de la Escuela hacia los estudiantes	"Lentas".	"Pésima".	"Malas".	"Deficiente".	"Insuficiente".	"Inaceptables".

Entrevista electrónica realizada a la Directora de la Escuela de Comunicación Social

	Dirección de la Escuela. Prof. Tiziana Polese
1. ¿Cuánto tiempo tiene como directora en la Escuela de Comunicación Social?	6 años.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	La creación del cargo era una necesidad en una Escuela del tamaño de la nuestra. Siento que sí hubo un cambio, como directora me siento más informada y siento que cuando quiero comunicar algo lo puedo hacer ahora de muchas maneras y de manera más eficiente. Los estudiantes, nos han reportado mejoras considerables.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Todavía con oportunidades de mejora.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Según la Ley de Universidades, la legal es la cartelera, todo lo que encuentran en ella es lo que obliga la Ley. Consideramos formal, las comunicaciones escritas que producen: el Consejo de Escuela, la Dirección, la Coordinación Académica, y la Coordinación de Comunicaciones. La información distribuida a través de la página web y redes sociales (<i>Twitter</i>) siempre masifican las comunicaciones formales antes nombradas.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	No son efectivos en un 100%. Ellos dependen mucho de la tecnología y obviamente sabemos que en ese sentido hay problemas de conexión y transmisión.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	La Cartelera. La página Web, El correo electrónico, las redes sociales. Comunicaciones personales en la Escuela.
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?	Según una investigación que hicieron los estudiantes de 8vo. Semestre hace algunos meses para la asignatura Publicidad, consideran que ha mejorado notablemente desde la creación de la Coordinación de Comunicaciones, pero aún

	creen que hay aspectos que deben mejorar.
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?	Por lo menos 4 veces por semana.
9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?	Sí.
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?	Depende de las inquietudes. Por ejemplo lo que más demora es la corrección de una nota, ese proceso puede demorar hasta dos meses, ya que el Acta Adicional debe ser firmada por el Profesor y debe ser aprobada por Consejo de Escuela, Consejo de Facultad y Consejo Universitario y cada órgano se reúne quincenalmente. Ese probablemente es el más largo. Si son reclamos dependerá del tipo de reclamos.
11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?	Aún debe mejorar.

Tabla 5. *Matriz para el registro de Entrevista electrónica realizada a la Directora de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista electrónica realizada a la Jefa de Departamento de Humanidades

	Jefa del Departamento de Humanidades Yraida Sánchez
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	14 años.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	Quizás el cambio fundamental fue la apertura de nuevos canales de comunicación (redes sociales), que permiten llevar de manera inmediata y efectiva información útil para el alumnado. Antes de que existiera la Coordinación de Comunicaciones (CC), gran parte de la información concerniente a procesos administrativos (inscripciones, retiros, fecha de entrega de tesis, etc) se transmitía por cartelera, por correo o cara a cara en la taquilla, pero se producían muchas interferencias en la comunicación (“no vi el aviso en la cartelera”, “a mí me dijeron otra cosa”, etc.). Las redes sociales han reducido sustancialmente tales interferencias. Igualmente, las redes han permitido que las noticias que se producen de manera súbita (suspensión de actividades en la universidad, inasistencia de algún profesor, etc.) lleguen inmediatamente a todos en forma más oportuna. Por último, cabe notar que otras informaciones complementarias (pasantías y eventos, por ejemplo), que antes se anunciaban mediante afiches colocados en distintos lugares del campus, tengan ahora un canal de transmisión más democrático porque llega a todos por igual.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Desde el punto de vista de un jefe de Departamento, las comunicaciones son suficientes. Es cierto que algunos aspectos deben ser mejorados, como por ejemplo, la página web, pero a mi juicio, casi todo lo que un alumno necesita saber de la Escuela está a su alcance a través de los distintos medios.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Son formales. El canal oficial de comunicación reglamentario es la cartelera, pero la página web es tan formal como lo anterior y las redes sociales, si bien son canales cuya inmediatez probablemente le resta la apariencia formal que tienen los anteriores, son también comunicaciones formales: lo que dice allí es la voz oficial de la

	Escuela.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	Los medios utilizados por la CC son los que están al alcance de toda institución académica moderna. Probablemente el futuro abrirá paso a otros canales más efectivos, pero por los momentos, la CC hace uso de todos los recursos disponibles para el tipo de comunicaciones que debe difundir.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	No quitaría ninguno, porque cada uno de ellos está en función del contenido que se desea comunicar. Cuando se trata de una información que la Escuela quiere hacer llegar a una persona o un grupo reducido de personas, funciona mejor un correo electrónico. Obviamente, en un caso de emergencia, hay que recurrir al teléfono. Para informaciones colectivas breves, las redes sociales. Para informaciones permanentes, la página web. Cada uno es adecuado a un tipo de mensaje.
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?	Esto no lo sé. Habría que preguntarles a los alumnos.
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?	Constantemente.
9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?	En su mayoría, sí. Es probable que ocasionalmente se deslice alguno que no sea tan pertinente, pero de manera general, creo que el contenido interesa a gran parte de los alumnos y profesores.
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?	No hay una respuesta uniforme a las necesidades de los estudiantes. Algunas de ellas pueden atenderse de manera inmediata; otras requieren procesos de consulta o de tramitación y, por lo tanto, tardan más.
11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?	Probablemente el aspecto más débil del sistema comunicacional de la Escuela es el cara-a-cara. No siempre la respuesta que se da en taquilla es la mejor. Del mismo modo -como señalé anteriormente-, es posible que la página de la Escuela necesite intervención para hacerla más accesible. De modo general, si evaluáramos la

	Escuela como lo hacemos con los profesores, diría que obtiene 5 sobre 6.
--	--

Tabla 6. *Matriz para el registro de Entrevista electrónica realizada a la Jefa de Departamento de Humanidades de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista realizada a la Jefa de Departamento de Artes Audiovisuales

	Jefa del Departamento de Artes Audiovisuales Elisa Martínez
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	30 años.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	No te voy a poder dar una respuesta con mucha certeza porque justo cuando se creó esa Coordinación yo salí de la Escuela y vine para acá abajo y me fui separando poco a poco, cosa que no considero acertada y que es parte de las fallas comunicacionales de nuestra Escuela. Sin embargo, sí sé que desde que está Cristina allí hay cosas que funcionan mucho mejor y con muchísima más rapidez de cómo funcionaban antes cuando esas actividades de difusión las hacía cualquier persona a la que le quedara un ratito libre. Al haber una persona dedicada a eso todo lo que hay que publicar se hace con mayor rapidez.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Creo que no son suficientes y siguen fallando. Primero por el crecimiento exagerado de alumnos que ha tenido la Escuela en los últimos años y por la falta de personal para atender a la gran demanda.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Yo creo que los formales funcionan bastante bien. De hecho creo eso es gran parte del trabajo que ha hecho la Coordinación de que los medios formales funcionen. Lo que pasa es que nosotros somos muy informales, particularmente nuestra Escuela. No buscamos la información debidamente, los alumnos no leen las cosas, entienden la mitad y la otra mitad van y la vuelven a preguntar en la taquilla entonces aunque lo formal funcione lo que llamamos informal no funciona tan bien porque básicamente ese problema de informal es un problema de personal.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	No todos son efectivos porque tenemos problemas en ambos lados. Correo electrónico no siempre funciona y además siempre tenemos la excusa de “no me llegó ese correo” “ese día no tenía internet en mi casa” “te faltó una letra en mi dirección” entonces eso no se puede decir que funcione al 100%. La cartelera no todo el mundo la lee.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial	No, yo creo que no es problema de medios sino de eficacia. Es un problema que realmente haya

<p>para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?</p>	<p>un alcance mayor. Mejorarlos tanto a los medios formales, se puede mejorar su eficacia, hacer una campaña para el buen uso de esos medios formales y también se puede mejorar la información cara a cara que me parece muy importante.</p>
<p>7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?</p>	<p>No en lo absoluto. Yo creo que el problema más grande de nuestra Escuela es la incomunicación.</p>
<p>8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?</p>	<p>Mira no te podría dar una frecuencia porque aquí no siempre hay que dar informaciones como es el caso de la Escuela donde hay que dar informaciones cuando son las fechas de inscripciones, de pasantías, de tesis. Nosotros generalmente enviamos organización de un evento, foro de tal persona tal día, concurso de cortometraje. Más bien las informaciones hacia los alumnos pasa directamente por esa Coordinación.</p>
<p>9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?</p>	<p>A veces.</p>
<p>10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?</p>	<p>No con toda la rapidez que se debería. Por una parte porque a veces los requerimientos de los alumnos implican procesos burocráticos complicados que no siempre los alumnos entienden entonces en ese caso el alumno debe ser informado cuán complicado debe ser el caso porque a veces el alumno culpa a la Escuela de que no resolvió el problema de la manera más rápida pero es que a veces ni depende de la Escuela. A lo mejor sincerando esos procesos y haciendo que el alumno sepa un poco más del funcionamiento de ciertas cosas y en eso creo que falla mucho la representación estudiantil que es otra forma de comunicación importantísima que no se aprovecha en lo absoluto.</p>
<p>11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?</p>	<p>Regular, creo que no nos comunicamos bien. Es una Escuela muy grande que debería ser Escuelas separadas. En mención, son mundos muy distintos y es muy difícil mantener una comunicación estable. Es una Escuela muy complicada.</p>

Tabla 7. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Jefa de Departamento de Artes Audiovisuales de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista realizada a la Jefa de Departamento de Comunicaciones Publicitarias

	Jefa del Departamento de Comunicaciones Publicitarias María Carolina Urbina
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	3 años como profesora y 1 año y 5 meses como Jefa del Departamento.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	Me parece que ha sido muy útil porque siento que los profesores y alumnos ahora pueden consultar el <i>Twitter</i> sin tener que depender de que contesten muchas de las dudas por otros medios. Siento que el mayor aporte que ha generado la Coordinación es el <i>Twitter</i> .
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Considero que internamente intentamos que sean las más planificados, tratamos de categorizar, filtrar, de informar las cosas con tiempo pero a la vez como nos comunicamos con los delegados siento que allí puede haber un retraso. Siento que deberíamos buscar otros mecanismos para mejorar. Aquí internamente cuando vienen a preguntar cara a cara pues siento que tratamos de darle la mayor información posible y muchas veces los remetimos al sitio web y eso puede sonar antipático pero queremos crear el hábito de que revisen la página.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Creo que más que todos son informales porque <i>Twitter</i> tenemos que asegurarnos que sigan la cuenta, igual los correos electrónicos quien no tiene un teléfono inteligente no se entera entonces yo creo que serían informales.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	Dentro de todo yo creo que sí. Ha habido una mejoría importante y yo lo comparo desde que estoy en este cargo, la cantidad de llamadas que yo recibía era una cosa loca y ahorita casi no suena el teléfono pero siento que se ha hecho un trabajo importante donde alumnos y profesores están más informados.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	Yo he pensado que Cristina debería tener un apoyo. A mí se me ocurre que sería interesante un <i>Fan Page</i> oficial de la Escuela porque se podrían colocar eventos, videos, conferencias que a veces la página es muy rígida porque tiene unos parámetros que cumplir de la universidad pero por un tema de capacidad Cristina no puede con eso adicional y considero que hay que hacer algo con las carteleras porque tienen información valiosa y la gente no las ve.

<p>7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?</p>	<p>Creo que la mayoría sí pero siempre hay unos que no y uno siempre escucha “es que no me atienden rápido” “ es que me contestaron mal en la taquilla” pero yo creo que igual para ser ustedes 2.300 el porcentaje de insatisfacción ha reducido.</p>
<p>8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?</p>	<p>En general, correo electrónico son cosas puntuales, tratamos de filtrar y de ser lo más prudentes posibles. Y en <i>Twitter</i> es un medio que hay que alimentarlo todos los días y el dinamismo se da en contestar preguntas.</p>
<p>9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?</p>	<p>Yo creo que sí o por lo menos tratamos de que así sea.</p>
<p>10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?</p>	<p>Por <i>Twitter</i> es bastante inmediato. Correo electrónico depende de la disponibilidad y a veces la información que solicitan no está en nuestras manos directamente y se debe consultar en otra instancia.</p>
<p>11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?</p>	<p>Si lo pongo del 1 al 10 yo le daría un 8 porque creo que lo estamos haciendo muy bien pero sí estoy consciente de que faltan cosas por hacer. Por eso me parece muy valioso lo que estás haciendo porque muchas veces no sabemos en qué nos estamos equivocando, escuchamos quejas, recibimos a veces cosas de las que no están conformes pero no nos hemos sentado a discutirlo, el día a día nos va a consumiendo y el semestre nos come con una velocidad impresionante.</p>

Tabla 8. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Jefa de Departamento de Comunicaciones Publicitarias de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista realizada a la Coordinadora de Servicio Comunitario

	Coordinadora de Servicio Comunitario Deborah Herrera
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	8 meses.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	Creo que es un cargo que hay que seguir nutriendo. Hay bastantes fortalezas, sobre todo porque hay un buen dominio de las redes sociales, continuidad y seguimiento. Sin embargo, debido a la cantidad del número de alumnos pienso que para una sola persona es un trabajo bien arduo y quizás recomendaría un apoyo para esa persona.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Me parece que están bien pero deben mejorar sobre todo el trato cara a cara, quizás muchas veces pueden que hayan respuestas que no son tan positivas porque puede que el personal este cansado y agotado.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Pienso que hay de ambos. Hay canales que son formales que de hecho son lineamientos que se encuentran en la página de la Escuela y son cosas normadas por el reglamento interno de la universidad pero también hay un mismo <i>twitter</i> y correo electrónico que la Escuela los usa para poder llegar a los estudiantes pero no todos quizás tienen el acceso a él.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	Sí.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	No, pienso que están todos bien solamente que debe incluirse a otra persona para que apoye a esta persona para que pueda responderse efectivamente a los estudiantes porque son muchas las demandas que tienen con muchas inquietudes y con necesidades que atender y que necesitan una respuesta optima y a tiempo.
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?	Por lo que he escuchado los estudiantes tienen ciertas insatisfacciones. Sin embargo, considero que la Coordinación como la están llevando es una persona muy eficiente porque cuando necesito informar o notificar cosas acerca del servicio comunitario y se lo solicito a ella, ella inmediatamente lo pone en las redes y en la

	página y sus respuestas son inmediatas.
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?	Bastante. Es muy regular.
9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?	Sí.
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?	Me atrevo a decir que la rapidez es buena y repito para el número de estudiantes creo que mucho se hace.
11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?	Bueno pero con muchos aspectos a mejorar. Hay que tener planes de mejora y hacer diagnósticos como estos que estás haciendo para poder crear planes de acción para que realmente se pueda mejorar este proceso.

Tabla 9. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Coordinadora de Servicio Comunitario de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista realizada a la Coordinadora de Pasantías y Trabajos de Grado

	Coordinadora de Pasantías y Trabajos de Grado Yasmín Trak
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	15 años.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	Antes de tener una Coordinación de Comunicación en la Escuela, la comunicación que se emitía hacia el alumnado y profesores era un trabajo que estaba disgregado entre los miembros la Escuela de Comunicación Social y muchas veces duplicábamos la información que se enviaba a los alumnos. Realmente no había integración en el mensaje que le llegaba al estudiante. El alumno no se enteraba de las informaciones de la Escuela porque no había un canal de comunicación a la cual el alumno supiera a quién acudir. No había la centralización de alguien que llevara la voz de la Escuela en cosas que son de interés de todo el alumnado a eso le sumamos que la cartelera nunca ha sido el medio favorito del alumno y las cosas se ponen en cartelera porque legalmente debemos poner cosas en cartelera y se espera que el alumno vea la cartelera y como no tiene el hábito de verla se tiene que reforzar la comunicación a través de otros medios. Al ver que las posibilidades de comunicación con el alumno iban creciendo también se hizo necesario de organizar esas posibilidades y por ello se crea la Coordinación de Comunicaciones, para servir de enlace entre la Escuela, profesores y alumnos. Es complicado comunicarse con tantos alumnos; sin embargo, hemos puesto a trabajar redes sociales, correo electrónico y hemos tratado de respetar esos canales regulares y esto ha sido de gran utilidad para que la información no fuese de forma graneada sino que tuviese centralización.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Sigue siendo una comunicación formal a través ciertos canales, específicamente el correo electrónico, el manejo del <i>Twitter</i> , la Página web de la Escuela y también seguimos atendiendo a gente cara a cara y por el teléfono. Realmente creo que hemos organizado la comunicación aprovechando las ventajas que nos ofrecen el tema de comunicarnos por internet y redes sociales que gozan de bastante popularidad entre

	el estudiantado.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Tenemos de ambos. Formal: Correo electrónico, reuniones, asambleas, cartelera, teléfono, twitter, página web. Informales: cuando lo paran a uno en un pasillo y preguntan cosas, cara a cara. Los demás son medios que han sido institucionalizados por la Escuela para comunicarse con los alumnos.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	Medir en este momento la efectividad me parece un poco apresurado, tenemos poco tiempo trabajando así y no podría decirte en este momento con certeza si son efectivos o no lo son. Habría que hacer un estudio de esa efectividad.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	No quitaría ninguno de los que se está utilizando y le agregaría valor a la página web, entiendo que nuestra página web debe seguir los lineamientos de la página institucional de la universidad pero sí la reforzaría un poco. Quizás cambiar un poco el diseño de la cartelera y crear una sección que se cambie periódicamente para generar interés del alumno por ver qué hay en la cartelera de su Escuela.
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?	Creo que estamos trabajando para mejorarla. Sí hemos hecho un avance, sí ha sido importante el número de alumnos que ahora deja de venir a preguntar cosas porque se entera por <i>Twitter</i> , por página web, correo electrónico pero es un trabajo que sí hay que reforzar porque no es fácil desde un solo departamento comunicarse con 2300 personas. Hay poco personal para tantos alumnos, sobre todo en taquilla para atender a tantos alumnos con demandas distintas.
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?	Yo diría que al menos 3 o 4 veces por semana alguna instancia de la Escuela envía mensajes al alumnado.
9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?	Sí, y tratamos de no saturarlos con la información pero a veces hay que hacerlo.
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?	A veces creo que nos tardamos un poco en responder pero ojo muchas veces nos tardamos en responder para tener una información corroborada para estar seguros de lo que se va a decir. A veces nuestros tiempos de respuesta están atados a otras instancias. Pero depende de cada caso hay cosas que requieren mayor tiempo para generar una respuesta. Muchos alumnos a

	<p>veces no utilizan un canal de vocería que ellos tienen que son los representantes estudiantiles entonces muchas veces el alumno siente que no está bien atendido pero no es que no se le atiende es que hay un canal para hacerlo y finalmente los representantes estudiantiles terminan siendo un brazo de comunicación entre los alumnos y la Escuela.</p>
<p>11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?</p>	<p>Estamos en un nivel de comunicaciones bueno pretendiendo mejorar para tener un nivel excelente. Creo que para el corto tiempo que llevamos las informaciones desde la Coordinación hemos hecho varias cosas, hemos ido creando una cierta cultura al alumno de estar pendiente de las redes sociales, de canalizar las inquietudes de los alumnos con quien debe ser atendidas. Nos falta muchísimo trabajo por hacer todavía pero hemos empezado bastante bien.</p>

Tabla 10. *Matriz para el registro de Entrevista realizada a la Coordinadora de Pasantías y Trabajos de Grado de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones

	Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones Gustavo Landaeta
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	29 años.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	Han habido algunos cambios desde que yo comencé y en cuanto a la información está todo bien. Hemos trabajado en equipo y todos sabemos lo que tenemos que decir. Ha sido un cambio positivo después de que integraron la Coordinación sobre todo porque antes no existían las redes sociales y ahora se incorporó y los alumnos se han enterado y sí se han visto grandes cambios. Hay informaciones que quizás yo no sé y Cristina me dice y yo se lo hago saber a los alumnos que vienen por la ventanilla.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Las veo positivas y han mejorado bastante. Yo me siento satisfecho por esa parte porque ha mejorado la información y eso ha hecho que la Escuela abarque la información general.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Yo lo veo parejo. Formales e informales. Pero también ha pasado que los alumnos se les ponen informaciones en cartelera pero vienen a la Escuela a preguntar. Parece que los alumnos ese modo de información no los leen o no sé qué les pasa. La cartelera ha sido un medio necesario pero lo que yo he notado es que los alumnos de ahora comparado con los de antes que no la leen e incluso hay una cuarta cartelera que es donde está el organigrama, el cronograma y otras informaciones que tampoco leen.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	Sí, me parecen que son efectivos y confiables con el estudiante. El correo electrónico todavía siguen teniendo dudas casi igual que la cartelera que el alumno viene a preguntar cosas. Por la página web se ponen las informaciones de las inscripciones y les da flojera leer todo o yo no sé pero vienen a preguntar a la Escuela.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	Yo creo que todos los medios están bien. Aunque yo creo que el medio más importante para el alumnado es venir a la Escuela.
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho	Lo que yo percibo es que ellos no están satisfechos porque no sé no leen y vienen a

con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?	preguntar y da como la impresión que ellos no están satisfechos con eso. Por ejemplo a veces vienen a preguntar cosas que ya leyeron, como una confirmación de la información.
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?	Siempre, el profesor Pedro, la directora Tiziana y Cristina también.
9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?	Claro.
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?	Yo creo que sí son atendidas rápidamente. Por ejemplo si yo tengo la información se las digo inmediatamente y si yo no la sé se la dice Cristina o está Ibia. Hay cosas que la información no la tenemos nosotros y la tiene el profesor Pedro o la directora y si da la casualidad de que no está ninguno ellos tienen que esperar.
11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?	Yo considero que sí ha habido mejoras. Lo que pasa es que si comparamos desde que yo empecé hasta ahorita que hay más de 2000 alumnos no es tan fácil atenderlos a todos pero uno siempre hace lo posible y ayudarlos a todos.

Tabla 11. *Matriz para el registro de Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones de la Escuela de Comunicación Social*

Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones

	Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones Ibia Nieves
1. ¿Cuánto tiempo tiene en la Escuela de Comunicación Social?	17 años en la Escuela de Comunicación Social y en la universidad tengo 24 años.
2. ¿Cómo describiría el antes y el después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela? ¿Hubo un cambio? ¿Cuál?	Realmente ha sido prácticamente un éxito. Al principio costo mucho que el alumnado se acostumbrara ir directamente a las redes pero a medida que ha pasado el tiempo les ha ido asentando bien y nos hemos comunicado un poco más. El cambio es que los muchachos ya no vienen a preguntar tanto en la Escuela; sin embargo, queda la parte del teléfono, llaman mucho por teléfono hacer las mismas preguntas que las respuestas ya están en las redes.
3. ¿Cómo describiría las comunicaciones de la Escuela con el alumnado?	Buenas.
4. ¿Cómo son los canales de comunicación entre la Coordinación de Comunicaciones y el alumnado? ¿Formales o informales?	Son total y absolutamente formales que van por las canales más importantes que son el <i>Twitter</i> , el correo electrónico de la Escuela y directamente de la página web.
5. Según su experiencia, ¿considera que los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos?	Son efectivos.
6. Según su criterio, ¿Qué medio considera esencial para una comunicación efectiva entre la Escuela y el alumnado? ¿Agregaría o quitaría alguno?	No quitaría ninguno. Yo dejaría todos que son fundamentales.
7. Según su criterio, ¿el alumnado está satisfecho con la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela?	Yo diría que sí pero todavía hay gente que falta que se acostumbre.
8. ¿Con qué frecuencia la Escuela envía mensajes al alumnado?	Yo diría que prácticamente diaria. Cualquier cosa que pase para nosotros es importante que el alumno este enterado.

9. ¿Considera que los mensajes enviados por la Escuela son pertinentes?	Por supuesto.
10. ¿Con qué rapidez son atendidas las inquietudes del alumnado en la Escuela?	Yo diría que es parte de costumbre pero nosotros le indicamos en qué sitio pueden solucionar esas inquietudes. Dependiendo del caso nosotros inmediatamente le referimos a la persona que se encargue y que les pueda solucionar el problema y si en un caso tal ya la directora siempre está allí dispuesta para ayudar si es posible.
11. En general, ¿cómo evaluaría el desempeño comunicacional de la Escuela?	Yo diría que muy eficiente. Comparado con años anteriores siento que está mucho más eficiente que antes.

Tabla 12. *Matriz para el registro de Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones de la Escuela de Comunicación Social*

5.3 Análisis de resultado

En el análisis se pretende sacar el mayor provecho a los datos recolectados en la aplicación de los instrumentos y de esta forma facilitar la estructura para la discusión de los resultados.

Focus Group realizado a alumnos de 1er, 2do y 3er semestre de Comunicación Social

Los estudiantes percibieron la comunicación de la Escuela hacia el alumnado como lejana; mientras tanto uno de ellos la catalogó como buena (Véase en el *Focus Group*#1, Tópico#1, Alumno#3). Todos los alumnos estuvieron de acuerdo en que los medios utilizados por la Escuela de Comunicación Social son informales.

Igualmente, aseguraron que la cartelera no es un medio efectivo y que ninguno ha utilizado el medio del teléfono porque no lo han necesitado y que lo usarían para algo muy preciso.

Asimismo, todos estuvieron de acuerdo a que les llegan pocos mensajes de la Escuela y en líneas generales que la comunicación de la Escuela es muy distante y debe mejorar las comunicaciones que se envía hacia el alumnado.

Focus Group realizado a alumnos de 4to, 5to y 6to semestre de Comunicación Social

En general, describieron las comunicaciones de la Escuela hacia el alumnado como mala (Véase en el *Focus Group#2*, Tópico#1, Alumno#4) y defectuosa (Véase en el *Focus Group#2*, Tópico#1, Alumno#2) y afirmaron que no se sienten satisfechos con dichas comunicaciones ya que hay una falla de comunicación y entre ellos mismos (la Escuela) se contradicen (Véase en el *Focus Group#2*, Tópico#1, Alumno#2).

Un punto en común entre los sujetos de estudio fue que todos estuvieron de acuerdo que los medios utilizados son informales. Opinaron que la cartelera no es un medio efectivo y al igual de la página web pero agregaron que la nueva plataforma es complicada (Véase en el *Focus Group#2*, Tópico#2, Alumno#2) y un desastre (Véase en el *Focus Group#2*, Tópico#2, Alumno#4).

Todos estuvieron de acuerdo en que se deben mejorar los medios de comunicación utilizados por la Escuela. No se debe ni quitar ni agregar alguno. También, expresaron que la efectividad de la Escuela no es óptima y que la rapidez en la que son atendidas sus quejas o dudas depende de quién te atiende (Véase en el *Focus Group#2*, Tópico#3, Alumno#1) y en general que son lentas, ineficientes y en desarrollo.

Focus Group realizado a alumnos de 7mo y 8vo semestre de Comunicación Social

De forma general, los alumnos percibieron la comunicación de la Escuela como desorganizada, contradictoria e ineficiente; sin embargo, dos de ellos

opinaron que es agradable (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#1, Alumno#4) y que mantienen constante comunicación con los alumnos (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#1, Alumno#2). En cuanto a los medios utilizados por la Escuela, aseguraron que la cartelera necesita actualizarse más seguido y de alguna forma hacerla más llamativa (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#2, Alumno#2).

Asimismo, afirmaron que el *twitter* es un medio rápido (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#2, Alumno#3) y efectivo en situaciones de crisis (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#2, Alumno#1). Al contrario, alegaron que la página web es complicada y que no tiene nada más que información básica (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#2, Alumno#6).

Por su lado, evaluaron que dejarían los medios de comunicación así pero mejorarían los que actualmente utilizan; mientras tanto uno de los alumnos agregó que se puede estudiar la posibilidad de incluir mensajes de textos como medio alternativo en situaciones de crisis (Véase en el *Focus Group#3*, Tópico#2, Alumno#6).

En líneas generales, expresaron que la rapidez en la que son atendidas sus quejas o dudas son excesivamente lentas y que los procesos suelen ser largos. Evaluaron que a la Escuela le faltan muchos aspectos por mejorar.

Focus Group realizado a alumnos de 9no y 10mo semestre de Comunicación Social

Los alumnos de 9no y 10mo semestre percibieron las comunicaciones de la Escuela de distintas formas: unos aseguraron que no hay relación directa entre los estudiantes y la Escuela (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#1, Alumno#1) y que la comunicación es bastante distante (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#1, Alumno#6); mientras tanto otros opinaron que la información llega al momento adecuado (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#1, Alumno#2). Asimismo, afirmaron que la comunicación enviada por la Escuela es muy repetitiva; mientras

que un alumno acotó que no se puede excluir ningún tipo de información aunque estés en el último semestre de la carrera ya que alguna persona quizás sí necesite de dicha información (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#1, Alumno#5).

A su vez, expresaron específicamente sobre la cartelera que es un medio que ya no tiene pasión de uso por el estudiantado (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#2, Alumno#5). y que es muy distante (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#2, Alumno#6). Por otro lado, todos consideraron que el medio de cara a cara refleja un problema de comunicación interno de la Escuela (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#2, Alumno#5). y el trato no es óptimo.

También, señalaron que la frecuencia con la que el alumnado recibe mensajes de la Escuela es constante y a veces en exceso (Véase en el *Focus Group#4*, Tópico#3, Alumno#6). En líneas generales, comentaron que la comunicación de la Escuela hacia el estudiante es deficiente y lenta.

Entrevista electrónica realizada a la directora de la Escuela de Comunicación Social, Prof. Tiziana Polesel

La profesora Tiziana Polesel aseguró que la creación del cargo de Coordinación de Comunicaciones era una necesidad en una Escuela del tamaño de la de Comunicación Social. Asimismo, aseguró que los estudiantes han reportado mejorías considerables en las comunicaciones; sin embargo, hay aspectos que se deben mejorar.

Expresó también que luego de 6 años como directora sintió que hubo un cambio notable ya que se sintió más informada respecto a las comunicaciones de la Escuela y que se pudo comunicar con mayor facilidad, de varias maneras y de forma más eficiente.

En la Escuela de Comunicación Social, según la directora, consideran formal: Comunicaciones escritas por el Consejo de Escuela, la Dirección, la Coordinación Académica y la Coordinación de Comunicaciones. Asimismo, la

información distribuida a través de la Página Web y *Twitter*. Por su parte, mencionó que los medios utilizados por la Escuela no son efectivos en su totalidad debido a que ellos dependen de la tecnología.

La profesora Polesel, destacó que la rapidez en la que son atendidas las quejas o dudas del alumno depende de las inquietudes que presente. Hay procesos largos que pueden demorar hasta dos meses. Todo dependerá del tipo de reclamo.

Entrevista electrónica realizada a la Jefa de Departamento de Humanidades, Prof. Yraida Sánchez

La profesora Yraida Sánchez, después de tener 14 años en la Escuela, mencionó que el cambio principal desde que se integró la Coordinación de Comunicaciones fue la apertura de nuevos canales de comunicación, como es el caso del *Twitter*. Asimismo, aseguró que las redes sociales han reducido en gran parte las interferencias en comunicación, como: “no vi el aviso en la cartelera”, “a mí me dijeron otra cosa”, etc. Y a su vez dichas redes han permitido que las informaciones lleguen con inmediatez y de forma más oportuna.

En cuanto a los canales de comunicación entre la Escuela y el alumnado señaló que son formales y que la Coordinación de Comunicaciones hace uso de todos los recursos disponibles para el tipo de comunicación que difunde. Por su parte, la profesora Sánchez afirmó que no quitaría ningún medio de comunicación de los que actualmente utiliza la coordinación ya que cada uno de ellos es adecuado a un tipo de mensaje.

La rapidez en la que son atendidas las inquietudes del alumnado, según la profesora, pueden ser de manera inmediata o de requerimientos más largos ya que requieren de procesos de consulta o tramitación y suelen ser más largos.

De modo general, la profesora evaluó el desempeño general de la Escuela un 5 sobre 6 y enfatizó que probablemente el aspecto más débil del sistema

comunicacional de la Escuela es la atención que se da en taquilla que no siempre ofrece la mejor respuesta al estudiantado.

Entrevista realizada a la Jefa del Departamento de Artes Audiovisuales, Prof. Elisa Martínez

La profesora Elisa Martínez, tiene 30 años en la Escuela de Comunicación Social y comentó que el cambio más visible después de que se integró la Coordinación de Comunicaciones fue el haber una persona dedicada al cargo y por ende todo se desarrolla con muchísima rapidez que antes de que se integrara la coordinación.

Dijo también que la comunicación de la Escuela con el alumnado sigue presentando fallas debido al crecimiento exagerado de alumnos y por falta de personal. Asimismo, resaltó que los canales de comunicación en la Escuela aunque sean formales no funcionan del todo bien porque el problema de informal es un problema de personal y aseguró que los medios que utiliza la Coordinación de Comunicaciones no son del todo efectivos y que no se trata de un problema de medios sino de la eficacia para lograr un alcance mayor en el alumnado.

La Jefa de Departamento agregó que el problema más grande de la Escuela es la incomunicación y como consecuencia de ello el alumno no se encuentra satisfecho con las comunicaciones transmitidas. También, mencionó que dicha insatisfacción se debe a que las inquietudes de los alumnos no son resueltas con la rapidez que se debe pero hace hincapié en que a veces se debe a que los requerimientos de los alumnos son complejos e implican muchos procesos burocráticos que en su mayoría no depende de la Escuela como tal.

De modo general, consideró que el desempeño de la Escuela es regular ya que no se comunica bien y se torna difícil mantener una comunicación estable entre todos.

Entrevista realizada a la Jefa de Departamento Comunicaciones Publicitarias, Prof. María Carolina Urbina

La profesora María Carolina Urbina, tiene 3 años como docente y 1 año y 5 meses como Jefa de Departamento y expresó que el mayor aporte que ha podido observar desde el primer momento en que se integró la Coordinación de Comunicaciones es el *Twitter*. También consideró que el personal interno de la Escuela intenta que las comunicaciones transmitidas sean lo más planificadas y categorizadas posibles; sin embargo, siente que se deben buscar otros mecanismos para mejorar las comunicaciones entre la Escuela y los estudiantes.

En cuanto a los medios de comunicación utilizados por la Escuela expresó que todos son informales y que aun así los considera efectivos ya que ha habido una mejoría importante donde alumnos y profesores están más informados que antes.

Por otra parte, señaló que la Coordinadora de Comunicaciones, Cristina Barres debería tener apoyo para dar abasto de todo lo que se le exige. También dijo que sería interesante agregar una red social como es el *Fan Page* de *Facebook* pero destacó que por un tema de capacidad de personal insuficiente no se puede llevar a cabo.

La profesora Urbina afirmó que algunos estudiantes están satisfechos y otros no tanto con las comunicaciones emitidas por la Escuela pero destacó que para ser 2.300 estudiantes actualmente el porcentaje de insatisfacción ha reducido en gran escala.

En cuanto a la frecuencia con la que la Escuela emite comunicaciones, refirió que intentan filtrar y ser lo más puntuales y prudentes posibles pero que existen medios como el *twitter* que se deben alimentar todos los días y el dinamismo se genera al contestar preguntas. Por su parte, destacó que la rapidez en la que la Escuela solventa una inquietud o duda es bastante inmediata pero

que a veces los estudiantes solicitan información que se debe consultar en otra instancia de la universidad.

De forma general, evaluó el desempeño comunicacional de la Escuela en una escala del 1 al 10 le pondría un 8 ya que considera que lo están haciendo bien pero está consciente de que faltan muchas cosas por mejorar.

Entrevista realizada a la Coordinación de Servicio Comunitario, Prof. Deborah Herrera

La coordinadora Deborah Herrera, tiene 8 meses trabajando en la Escuela de Comunicación Social y considera que la Coordinación de Comunicaciones es un cargo que hay que seguir nutriendo y que tiene bastantes fortalezas, sobre todo porque hay buen dominio de las redes sociales. Asimismo, destacó que deben mejorar el trato cara a cara ya que puede que haya respuestas que no son tan positivas como el estudiantado espera.

Por su parte, señaló que hay medio formales como la página web que sigue un reglamento interno que es normado por la universidad y existen medios informales como el correo electrónico o *twitter* que son usados para llegar a más estudiantes pero no todos tienen acceso a él. También, consideró que los medios utilizados por la Escuela están bien pero se debe incluir a otra persona que sirva de apoyo para solventar la gran cantidad de demanda generada por los estudiantes.

La coordinadora manifestó que la rapidez en la que son atendidas las inquietudes del alumnado es buena para la cantidad de estudiantes que están en la Escuela y en general mencionó que el desempeño de la Escuela es buena pero con muchos aspectos por mejorar. Haciendo planes de acción y de mejora para que se puedan obtener resultados visibles en este proceso.

Entrevista realizada a la Coordinadora de Pasantías y Trabajos de Grado, Prof. Yasmín Trak

La profesora Yasmín Trak, durante la entrevista que se le realizó, comentó que antes tener la Coordinación de Comunicaciones en la Escuela, la comunicación que se emitía hacia el alumnado era un trabajo disgregado entre los miembros de la Escuela de Comunicación Social y muchas veces se duplicaba la información que se enviaba ya que no había la centralización de alguien que llevara la vocería de la Escuela en cosas que son de interés de todo el alumnado. Después de que se creó la Coordinación de Comunicaciones se trabajó las redes sociales, correo electrónico y se trató de respetar que la información sea centralizada a través de una vocería.

También describió que la comunicación de la Escuela ha aprovechado las ventajas que ofrece comunicarse por internet y las redes sociales que gozan de bastante popularidad entre el estudiantado. Y respecto a los medios de comunicación aseguró que tienen tanto medios formales como informales y que no quitaría ninguno de los que se está utilizando y le agregaría valor a la página web y cambiar un poco del diseño de la cartelera para generar interés en el alumnado.

Por su parte, consideró que al menos 3 o 4 veces por semana alguna instancia de la Escuela envía mensajes al alumnado y se intenta no saturarlos pero a veces hay que hacerlo. En cuanto a la satisfacción del alumnado, la profesora Trak, cree que se está realizando un buen trabajo para mejorarla y que se ha hecho un gran avance ya que ahora los alumnos dejan de venir a la taquilla porque se enteran por *Twitter*, Página Web o Correo Electrónico.

Referente a la rapidez en la que son atendidas las inquietudes del alumnado, señaló que a veces se tardan un poco pero muchas veces es para tener la información corroborada para estar seguros de lo que se va a decir y muchas veces los tiempos de respuesta están atados a otras instancias. En

general, dijo que el nivel de comunicación es bueno pretendiendo mejorar para tener un nivel excelente.

Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones, Sr. Gustavo Landaeta

El Sr. Gustavo Landaeta, tiene 29 años trabajando en la Escuela de Comunicación Social y resaltó que desde que se integró la Coordinación de Comunicaciones consideró que ha existido cambios positivos ya que se incorporaron las redes sociales y los alumnos se han enterado de las informaciones pertinentes a través de ese medio y por ende ha disminuido la frecuencia en la que el alumno se dirigía a la ventanilla a aclarar una duda. Por su parte, describió las comunicaciones de la Escuela con el alumnado como positivas y que han mejorado bastante.

Según el Sr. Landaeta, los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones son efectivos y confiables para el estudiante; sin embargo, hizo mención que la información enviada por correo electrónico o publicada en la página web sigue generando dudas en el estudiantado ya que se dirigen a la ventanilla a preguntar o confirmar una información que ya fue enviada. También, mencionó que no agregaría ni quitaría ningún medio de los que utiliza la Escuela, para comunicarse con los alumnos pero agregó que considera que el medio más importante para el estudiante es el cara a cara.

En cuanto a la satisfacción del alumno con respecto a las comunicaciones emitidas por la Escuela ha percibido que no están satisfechos. Por otro lado, aseguró que las dudas o inquietudes de los estudiantes son atendidas rápidamente. Por ejemplo, si él dispone de la información solicitada la responde inmediatamente. En líneas generales, consideró que ha habido mejorías en la comunicación pero que actualmente hay más de 2.000 alumnos y no es tan fácil atenderlos a todos.

Entrevista realizada al Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones, Sra. Ibia Nieves

La Sra. Ibia Nieves, luego de tener trabajado 24 años en la universidad y 17 años en la Escuela de Comunicación Social, expresó que desde que se integró la Coordinación de Comunicaciones ha sido prácticamente un éxito y ha notado un cambio considerable ya que los estudiantes no van a preguntar tantas dudas como antes a la Escuela. También, catalogó las comunicaciones y medios de comunicaciones de la Escuela como formales, buenos y efectivos. Asimismo, agregó que no quitaría ningún medio ya que todos son necesarios y fundamentales.

En cuanto a la satisfacción del alumnado, comentó que están satisfechos pero que hay alumnos que les falta acostumbrarse. Por su parte, explicó que la Escuela tiene una comunicación constante con el alumno y que prácticamente es diaria.

Por otra parte, señaló que la rapidez en la que son atendidas las dudas de los alumnos va a depender del caso, ya que ellos siempre van a indicar en qué sitio pueden solventar las inquietudes sino refieren inmediatamente a la persona que puede ayudar a solucionar el problema.

En general, evaluó el desempeño comunicacional de la Escuela como más eficiente que en años anteriores.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1 Interpretación de resultados

Se entiende como comunicación al “(...) proceso a través del que un conjunto de significados que han tomado cuerpo en un mensaje es trasladado a una o varias personas de tal manera que el significado percibido sea equivalente a lo que los iniciadores del mensaje intentaron” (Smith, 1995; cp. Lucas, 1997, Pág.95). En el caso de la Escuela de Comunicación Social, la comunicación es transmitida por el personal que emite mayor cantidad de mensajes, y está principalmente conformado por la Directora, Coordinadores, Jefes de Departamento y Personal Secretarial de Asistencia en Operaciones, y es dirigida a los potenciales estudiantes, el público externo.

Estos autores mencionados refieren la comunicación como un intercambio de significados por medio de emisores y receptores a través de símbolos en común que buscan transmitir una información específica, el mensaje.

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, se puede decir que toda comunicación va dirigida a un público o mercado en específico. Se entiende por mercado meta al “grupo de clientes hacia el que la organización trata de orientar su esfuerzo de mercadotecnia” (Stanton W, 1985, Pág.82). Para esta investigación la Coordinación de Comunicaciones es la encargada de emitir los mensajes pertinentes a su mercado meta, conformado por el alumnado.

Por su parte, el instrumento aplicado de *Focus Group* permitió establecer que hay indicios importantes en la comunicación emitida por la Escuela hacia el alumnado ya que la mayoría manifestó que la comunicación es distante y el hecho de que sea realizada a través de intermediarios la hace menos efectiva. En este caso los intermediarios son los delegados de curso que se encargan de remitir la información de la Escuela hacia los alumnos.

A su vez, las entrevistas realizadas al personal interno señalaron que la comunicación de la Escuela hacia el alumnado es buena pero con oportunidades de mejoras. Sin embargo, uno de ocho entrevistados aseguró que la Escuela tiene distintas fallas comunicacionales debido a la distancia que existe entre el mismo personal interno y dicha distancia se refleja al momento de ser transmitidos los mensajes al alumnado. También, destacó que parte de las fallas se debe a la falta de personal y el alto crecimiento de alumnos en la Escuela.

Como mencionó Collado (2002) la función principal de la comunicación organizacional es lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Por su parte, la Coordinación de Comunicaciones estableció varios objetivos por cumplir pero su plan de acción se ha enfocado mayormente en mejorar las comunicaciones entre la Escuela y el estudiantado al integrar nuevos medios de comunicación como el *Twitter* para lograr que la información sea rápida, oportuna y confiable a través de la popular red social. Asimismo, ha trabajado en que la comunicación hacia el alumnado sea más organizada y centralizada a través de una vocería encargada de transmitir la mayoría de los mensajes.

En la entrevista realizada al personal de la Escuela, la mayoría coincidió en que la comunicación depende en gran escala de la comunicación institucional que rige la Universidad y de cierta manera influye en las exigencias que solicita el alumnado. “La comunicación institucional tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos públicos” Umaza (s.f., PARA 8). Por ello, la Escuela debe educar al alumnado para que éste pueda estar informado de los procesos que dependen o no de la misma.

Los estudiantes que fueron objeto de estudio en el *Focus Group*, señalaron dos visiones respecto a si están satisfechos o no con las comunicaciones emitidas por la Escuela. Unos expresaron que sí se sienten satisfechos ya que sienten que la Escuela transmite una comunicación organizada a través de canales formales; sin embargo, otros alumnos comentaron que se sienten insatisfechos ya que

consideran que la Escuela presenta fallas comunicativas internas y por ello existe contradicción en la comunicación emitida. Para Kotler P (2002, PARA 7) “el término satisfacción se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas”. Sin embargo, es importante destacar que los estudiantes relacionaban su satisfacción de las comunicaciones con la solución de un problema personal o académico.

En el diagnóstico, la percepción del estudiante y el personal de la Escuela han sido de gran importancia y para mayor comprensión del término Kotler y Armstrong (2008), se refirieron a la percepción como el “Proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan información” (Pág. G6). Los alumnos mezclaron la función de sus necesidades comunicacionales con problemas y por ello, en su mayoría, consideraban que la comunicación no era la esperada. Por el contrario, la visión de la Escuela fue distinta ya que consideraban que la comunicación transmitida presenta fortalezas pero con aspectos a mejorar. Por todo lo anterior, se afirma que comunicar un mensaje no es igual a solucionar una situación en específico.

Tanto a alumnos como al personal de la Escuela se les preguntó si los medios utilizados por la Escuela son formales o informales y las respuestas fueron las siguientes: una parte del personal consideró que la comunicación es estrictamente formal, otra que hay de ambos medios, formales e informales, y otra que son totalmente informal. Sin embargo, la mayoría de los alumnos estuvo de acuerdo en que los medios utilizados por la Escuela son informales.

Cada medio utilizado por la organización es considerado como fundamental e indispensable para que la comunicación se efectúe de forma exitosa. Los canales de comunicación utilizados en la Coordinación de Comunicaciones son: cartelera, *twitter*, página web, correo electrónico, teléfono y cara a cara.

En general, la emisión de mensajes por los distintos medios de comunicación generan dudas en los alumnos. Parte de esta situación, se puede formar porque la información transmitida no es lo suficientemente clara para el estudiantado. En primer lugar, para los alumnos de la Escuela, la cartelera es un medio que ha perdido pasión de uso y consideran que es poco actualizada, poco atractiva y por ello afirman que no es un medio efectivo.

Otro de los medios utilizados por la Escuela es el *Twitter*. Medio que ha sido relativamente nuevo dentro de la Escuela ya que se integró en el año 2013 como medio oficial en las redes sociales.

Según el instrumento de *Focus Group*, el *Twitter* fue considerado como un medio complementario para situaciones de emergencia en las que se amerita confirmar una información verificada en tiempo real. También destacaron que lo positivo de dicho medio es la inmediatez en la que se puede generar *feedback* con el público y el poder actualizar información necesaria y precisa rápidamente; sin embargo, mencionan que no es un medio efectivo para todo el estudiantado ya que no todos siguen la cuenta de la red social.

Por el contrario, el personal de la Escuela estuvo de acuerdo en que el *Twitter* ha sido un medio positivo que ha permitido transmitir de manera inmediata y efectiva información útil al alumnado, generando mayor credibilidad en la cuenta oficial de la Escuela y disminuyendo la cantidad de dudas que antes existían en gran escala. Sin embargo, puede afirmarse que el *Twitter* ha sido un medio efectivo durante situaciones de emergencia que ameritan de una difusión masiva, inmediata y confiable.

Con respecto al correo electrónico, pareciera indicar que los estudiantes no se sienten a gusto con dicho medio ya que destacaron que la Escuela no categoriza la información enviada y que no siempre llega la información de interés.

Sobre la página web, los alumnos indicaron que es un medio complejo y con información institucional y básica. Las principales características de una página web son que “(...) cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, está dotada de un diseño atractivo, está optimizada y ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto” (Definición.de, s.f., PARA 3). Para uno de los entrevistados, la página web es un medio que está normado por el reglamento interno de la Universidad y por ello es que existen canales de comunicación que no dependen directamente de la Escuela sino de entes mayores.

Otro de los medios utilizados por la Escuela es el teléfono; sin embargo, en el instrumento de *Focus Group*, la mayoría indicó que no habían utilizado dicho medio y si lo han utilizado no han tenido una respuesta convincente y prefieren dirigirse a la taquilla de la Escuela directamente.

Por último, el medio cara a cara es fundamental y necesario dentro de una empresa u organización ya que otorga confianza y vínculos cercanos con el público externo, los estudiantes y para tener una buena comunicación cara a cara se debe “Dar un apretón de manos, conversar y conocer a los clientes fomenta relaciones más fuertes y significativas” (PuroMarketing, 2012, PARA 4).

Para la mayoría de los sujetos de estudio en el *Focus Group*, el trato cara a cara refleja un problema de comunicación interno en la Escuela y el trato no es óptimo. Por otro lado, en las entrevistas realizadas al personal de la Escuela la mayoría destacó que las respuestas hacia el alumnado no siempre son positivas pero también explicaron que dicha situación se debe a la gran demanda de estudiantes con inquietudes y necesidades distintas por atender y el reducido personal que a veces no da basto para tantas solicitudes. Sin embargo, es importante mencionar que una minoría de estudiantes se dirige a la taquilla de información con mala actitud lo que inmediatamente genera una respuesta poco agradable.

Para evaluar la efectividad de las comunicaciones transmitidas por los medios anteriormente nombrados es importante señalar que el mensaje que transmite cada organización a su público meta es considerado como el núcleo fundamental de las comunicaciones de una empresa. Davara (1994) definió el mensaje como “un conjunto de signos elaborados intencionalmente por un emisor, para ser transmitido a un receptor, con el deseo de buscar una respuesta” (Pág.294). La información que se obtuvo de los estudiantes refleja que en la Escuela de Comunicación Social la efectividad de las comunicaciones emitidas no cumple con las expectativas que exige el alumnado debido a que consideran que para ser una Escuela de Comunicación Social, el sistema es completamente atrasado.

Tanto en las entrevistas como en los *Focus Group* manifestaron que la frecuencia en que se envían mensajes al alumnado es constante, asimismo los estudiantes aseguraron que la información que reciben, dependiendo del medio, es en exceso. Sin embargo, los estudiantes pertenecientes a los primeros semestres del ciclo básico estuvieron de acuerdo en que les llegan pocos mensajes de la Escuela. En términos generales, se puede afirmar que los estudiantes que están en el proceso de iniciación de la carrera no reciben suficiente información de la Escuela en comparación con el resto de los alumnos de semestres superiores y dicho punto debe ser evaluado y estudiado para evitar la desinformación.

Con respecto a si las inquietudes de los alumnos son resueltas al momento en que se dirigen a la Escuela, la mayoría de los alumnos destacó que la Escuela no ofrece solución a sus inquietudes o dudas y una de las causas que destacaron fue que se debe a que la persona que atiende en taquilla no ofrece la información completa y por ello buscan solicitar informaciones por otros canales, bien sea profesores o alguien en específico que conforme el personal interno de la Escuela pero que les puede ofrecer información más clara y detallada.

Siguiendo esta misma línea, el personal de la Escuela acotó que la rapidez en la que son atendidas las inquietudes de los alumnos depende de qué tipo de inquietud o duda solicite el estudiante ya que hay procesos que no dependen directamente de la Escuela y los tiempos de respuesta de una solicitud en específico están atados a otros entes superiores y esos procesos pueden ser largos. Sin embargo, consideraron que en general tratan solventar las dudas de manera inmediata. En general, los estudiantes expresaron que los procesos son sumamente largos y lentos.

Pareciera indicar que los objetivos planteados por la Coordinación de Comunicaciones están claramente identificados; sin embargo, falta por mejorar mucho de ellos. De forma general, el personal de la Escuela evaluó el desempeño comunicacional de la Escuela y destacó que se encuentran en un nivel de comunicación bueno pero pretendiendo mejorar para tener un nivel excelente y resaltaron que para el corto tiempo que tiene la Coordinación de Comunicaciones han notado cambios positivos como crear hábito de uso, en los estudiantes, en las redes sociales. Canalizar las inquietudes con las personas correspondientes y la más importante centralizar las comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de forma más organizada.

VII. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el análisis y discusión de resultados obtenidos, según los objetivos específicos, se concluye lo siguiente:

La comunicación organizacional está compuesta por la comunicación interna y la comunicación externa. En el presente Trabajo de Grado, la comunicación externa fue el objeto de estudio y se trata de aquella comunicación transmitida de la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social a los estudiantes de dicha Escuela que a su vez representan el mercado meta.

6.1 Describir los mensajes que utilizó la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

En primer lugar, se observa descontento en las comunicaciones y mensajes transmitidos al alumnado. Sin embargo, se considera que existen notables oportunidades de mejora en cuanto a la integración entre la Escuela y los estudiantes. Así como a estimular la cercanía, también se debe crear un hábito en los estudiantes de darle más provecho a los canales de comunicación como la Página Web y el *Twitter*.

En segundo lugar, se aprecia que la muestra considera que existe un nivel de insatisfacción en los mensajes emitidos por la Escuela. Sin embargo, deben aplicarse correctivos, ya que los entrevistados aprecian que el nivel de insatisfacción sigue presente y debe haber un plan de acción para su mejora.

En cuanto a las comunicaciones emitidas por la Escuela, en el *Focus Group*, se observa que los mensajes que se transmiten no están correctamente categorizados según el semestre y suelen ser muy repetitivos; mientras que en la etapa inicial de la carrera parece que existen indicios de que los mensajes son enviados con poca frecuencia en comparación con el resto del alumnado.

Por su parte, los entrevistados destacan que han sido notables las mejoras en la comunicación de la Escuela de Comunicación Social desde que todas las comunicaciones se centralizaron en una coordinación permitiendo mayor organización en las comunicaciones internas y externas pero también aprecian que los resultados no son del todo positivos y falta mucho por mejorar.

6.2 Identificar los medios que utilizó la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

En cuanto a los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicaciones, se pudo apreciar que la muestra seleccionada señala que se trata de medios informales, aquellos que no tienen alcance en todo el alumnado y puede marginar a cierta cantidad de estudiantes que no le llegue el mensaje. Y se pudo identificar que dichos medios están representados fundamentalmente por el correo electrónico, la página web, el *Twitter* y la cartelera (por su poco hábito de uso por el estudiantado).

Los medios de comunicación utilizados por la Coordinación de Comunicación de la Escuela de Comunicación Social están conformados por el correo electrónico, la página web, el *Twitter*, la cartelera, el teléfono y cara a cara. Según los datos obtenidos, estos canales son suficientes y adecuados para el cumplimiento de los objetivos de la Escuela pero se espera mejoría y actualización en ellos.

Para que el sistema comunicacional de la Escuela funcione de manera óptima es necesario contar con los medios adecuados pero también es necesario señalar que se refirió en varias ocasiones durante la investigación la dificultad que representaba para muchos de los estudiantes el medio cara a cara ya que es considerado un medio fundamental pero la muestra señala que presenta fallas de atención al cliente.

Por otra parte, el medio de comunicación con menos hábito de uso entre la Escuela y los estudiantes de la misma es la cartelera ya que es un medio que es considerado como poco llamativo y con información básica e institucional. Esto último es la principal falla identificada de dicho medio y debe reforzar el diseño, la actualización de información y la organización en la que se coloca la información.

En cuanto al teléfono se observan oportunidades de mejora ya que según la muestra es un medio con poco hábito de uso pero considerado como útil en situaciones particulares como las inscripciones, retiros parciales, información de verano, etc.

En lo referente al *Twitter*, se observan fortalezas en cuanto a la inmediatez y efectividad de dicho medio de comunicación. Sin embargo, en el instrumento de *Focus Group*, los estudiantes apreciaron oportunidades de mejora en cuanto a la información publicada ya que consideran que pudiese ser un medio más dinámico y con información de interés variada y no únicamente un medio utilizado en situaciones de emergencia.

6.3 Describir la efectividad que generaron los mensajes emitidos por la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

En primer lugar, se observan fortalezas en lo que respecta a la frecuencia en la que los alumnos reciben mensajes de la Escuela ya que la comunicación es constante. Sin embargo, pareciera que no todo el alumnado está satisfecho con tanta información ya que consideran que la cantidad de mensajes son en exceso y muchas veces repetitivos.

Por otra parte, en lo que se refiere a identificar la rapidez en la que son atendidas las inquietudes de los alumnos cuando se dirigen a la Escuela, se

considera que, dependiendo de la solicitud que realice el estudiante la inquietud puede ser resuelta o no inmediatamente.

Por último, los entrevistados aprecian que el desempeño comunicacional de la Escuela se encuentra en un nivel de comunicación bueno pero pretendiendo mejorar y resaltaron que para el corto tiempo que tiene la Coordinación de Comunicaciones han notado cambios positivos en los mensajes emitidos al alumnado.

VIII. RECOMENDACIONES

Luego de llevar a cabo las conclusiones pertinentes es posible realizar una serie de recomendaciones para optimizar los procesos de comunicación de la Coordinación de Comunicaciones de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB con respecto al alumnado y son los siguientes:

1. Se propone realizar estudios por separado de cada uno de los medios existentes (correo electrónico, *Twitter*, página web, teléfono, cartelera y cara a cara), que integren diversas técnicas de medición como entrevistas, cuestionarios y *focus group*. De esa manera, se podría conocer con mayor aproximación la satisfacción del alumnado, sugerencias, tipos de mensajes incluidos, entre otros.
2. Evaluar la factibilidad de incluir un *Community Manager* que se encargue de las redes sociales de la Escuela y que sirva de apoyo para la Coordinación de Comunicaciones y así lograr cumplir las expectativas y necesidades del alumnado.
3. Crear un *Fan Page* de *Facebook* en el que se pueda interactuar con el alumnado de forma didáctica y así, colgar fotos y videos de eventos, promociones y anuncios importantes para la Escuela.
4. Llevar a cabo la utilización de la página web de la Escuela como un canal de comunicación cotidiana, de forma en que el estudiante pueda acceder a información actualizada de su interés. Así, se crean vínculos más cercanos que quiebra las distancias entre la Escuela y el alumnado. También se debe complementar informaciones básicas en la página como lo es la historia de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
5. Se propone realizar una base de datos más específica y actualizada de forma que cuando sea necesario enviar un comunicado realmente pertinente se pueda enviar correos electrónicos directamente al alumnado sin usar de intermediario a los delegados.

6. Estudiar la posibilidad de incluir mensajes de texto como medio alternativo en situaciones de emergencia. Para ello se debe contactar a una compañía telefónica que venda paquetes en grandes cantidades de forma que la Escuela pueda tener acceso a la plataforma y enviar mensajes de textos al alumnado en situaciones de crisis en el país o que lo ameriten. Asimismo, se debe tener una base de datos actualizada de los números telefónicos de los estudiantes.
7. Se propone implementar reuniones entre el equipo de la Coordinación de la Comunicaciones, la directiva de la Escuela y alumnos que inician los primeros semestres de la carrera cada trimestre para instruirlos de información necesaria y aclarar la cantidad de inquietudes que presenten.
8. Crear un buzón de sugerencias en las web en la que se pueda dar a conocer las necesidades o inquietudes del estudiantado y así conocer rápidamente las fallas que presentan las comunicaciones emitidas.
9. Adoptar una posición siempre abierta de escuchar las dudas, inquietudes o solicitudes del alumnado.
10. Crear programas de capacitación para el personal en el que se les brinde apoyo en el manejo de la tecnología e inducción de cómo debe ser el trato en taquilla para dar la imagen deseada y así, lograr cumplir con los objetivos propuestos por la Escuela y la coordinación. Es fundamental que el personal esté capacitado para garantizar un proceso de comunicación efectivo que cumpla con las expectativas de la Escuela como de los estudiantes.
11. Evaluar la factibilidad de incluir mayor personal interno en la Escuela para poder atender el creciente número de alumnos. Esto sería de gran apoyo ya que actualmente el personal interno es muy reducido y el incremento de estudiantes es muy elevado por lo que la Coordinación de Comunicaciones y la Escuela de Comunicación Social se ven afectadas por la cantidad de exigencias y necesidades que solicitan los estudiantes ya que supera el rendimiento humano que puede ofrecer el personal de la Escuela.

12. Por último, se propone incluir en futuras investigaciones de Trabajos de Grado a profesores como objeto de estudio en un Diagnóstico de la Coordinación de Comunicaciones y de esto llevar a cabo planes de acción para que se pueda optimizar la comunicación de la Escuela con su público externo.

IX. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Bartoli, A. (1992). *Comunicación organizacional: La Organización Comunicante Organizada*. Barcelona. Ediciones Paidós.
- Davara, F. (1994). *Estrategias de comunicación en marketing*. Segunda Edición. Madrid. Dossat 2000
- Fernández Collado, C. (2002). *La comunicación en las organizaciones*. México. Editorial Trillas.
- Gibson, J., Ivancevich, J. & Donnelly, J (1996). *Las organizaciones: comportamiento, estructura, procesos*. Chile. Salesianos S.A.
- Kerlinger, F., y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en Ciencias Sociales*. Cuarta edición. México. McGraw Hill.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2001). *Marketing*. Octava edición. México. Pearson Educación.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Octava edición. México. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing, Conceptos esenciales*. Primera edición. México. Pearson Educación.
- Lucas, A. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona. Bosch.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Quinta edición. México. Pearson Prentice Hall.
- Martín, F. (1997). *Comunicación en empresas e instituciones: de la consultora a la dirección de comunicación*. Segunda edición. Salamanca. Ediciones Universidad Salamanca.
- Rebeil, C., y RuízSandoval, C. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México. Plaza y Valdes.
- Schiffman, Leon G., y Lazar, L. (1991). *Comportamiento del consumidor*. Tercera edición. México. Prentice Hall
- Stanton, William J. (1985). *Fundamentos de Mercadotecnia*, Séptima edición (Tercera edición en español). México. McGraw- Hill Interamericana.

Libros Electrónicos

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Primera Edición en Español. España. Gesbiblo, L.S. Consultado en: <http://books.google.co.ve/books?id=bwelcBnPNuoC&pg=PA5&dq=comunic>

acion+organizacional+definicion&hl=es&sa=X&ei=LBK_U-2UHojLsQT1iIKICQ&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=comunicacion%20organizacional%20definicion&f=false

- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. Cuarta edición. México. Pearson Educación. Consultado en: <http://books.google.co.ve/books?id=SLmEblVK2OQC&pg=PA321&dq=muestreo+por+conveniencia&hl=es&sa=X&ei=IPfFU4a9Hs3KsQSKw4GAAQ&ved=0CCQQ6AEwAg#v=onepage&q=muestreo%20por%20conveniencia&f=true>
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Cuarta edición. México. Limusa. Consultado en: http://books.google.co.ve/books?id=BhymmEqkkJwC&pg=PA176&dq=poblaci%C3%B3n+---tamayo&hl=es&sa=X&ei=J0T6U6TJB_S-sQSH4YKoAg&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=poblaci%C3%B3n%20-%20tamayo&f=false

Trabajos de Grado

- Carta, A., y Fernández, A. (2008), *Diagnóstico de los procesos comunicacionales internos de la Escuela de Educación (U.C.A.B)*, Trabajo de Grado Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela
- Huerta, M. (2003). *Diagnóstico de canales de comunicación interna para una empresa de comunicación televisa: Televisa Veracruz*. Trabajo de grado de Licenciatura no publicado. Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Jiménez, J., y Pirela, A. (2009), *Análisis de la efectividad del plan de comunicaciones internas 2008-2009 de la empresa Cines Unidos*, Trabajo de Grado Licenciatura, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela

Glosarios y Diccionarios

- Konrad Fischer, R. (1990). *Diccionario de Mercadeo*. Segunda edición, México. Editorial Limusa.
- Martín, F. (2004). *Diccionario de comunicación corporativa e institucional y relaciones públicas*. Madrid. Fragua.
- Ortiz, F. (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. México. Editorial Limusa.

- Sastre, M. (2009). *Diccionario de dirección de empresas y marketing*. España. Editorial del economista.
- Tamayo, M. (1997). *El proceso de la investigación científica*. Tercera edición. México. Limusa Noriega Editores.

Páginas Web

- Definición ABC (s.f.). *Cartelera*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/cartelera.php#ixzz37TOWiVtx>
- Definición ABC (s.f.). *Twitter*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/twitter.php#ixzz37TQ2gnlt>
- Definición ABC (s.f.). *Página Web*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/pagina-web.php#ixzz37TR0ewhs>
- Definición ABC (s.f.). *Correo electrónico*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/correo-electronico.php#ixzz37TRpVRo7>
- Definición ABC (s.f.). *Teléfono*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://lema.rae.es/drae/?val=telefono>
- Definición ABC (s.f.). *Focus Group*. Recuperado el 24 de agosto de 2014. Consultado en: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/focus-group.php>
- Definición. de (s.f.). *Definición de página web*. Recuperado el 10 de julio de 2014. Consultado en: <http://definicion.de/pagina-web/>
- Definición. de (s.f.). *Definición de percepción*. Recuperado el 22 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.definicionabc.com/general/percepcion.php>
- PuroMarketing (2012). *El valor del cara a cara frente a las ventajas de la comunicación virtual*. Recuperado el 10 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.puromarketing.com/12/10929/valor-cara-cara-frente-ventajas-comunicacion-virtual.html>

- Real Academia Española (s.f.). *Satisfacción*. Recuperado el 16 de febrero de 2014. Consultado en: <http://lema.rae.es/drae/?val=satisfacci%C3%B3n>
- Real Academia Española (s.f.). *Comunicación*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://lema.rae.es/drae/?val=Comunicaci%C3%B3n>
- Real Academia Española (s.f.), *Cartelera*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://lema.rae.es/drae/?val=cartelera>
- Real Academia Española (s.f.). *Mensaje*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://lema.rae.es/drae/?val=mensaje>
- Universidad Católica Andrés Bello (2003), *Historia*, Recuperado el 24 de agosto de 2014. Consultado en: <http://w2.ucab.edu.ve/historia.1854.html>
- Universidad Católica Andrés Bello (2014), *Misión, visión y objetivos*, Recuperado el 20 de febrero de 2014, Consultado en: <http://w2.ucab.edu.ve/mision-vision-y-objetivos-6635.html>
- Universidad Católica Andrés Bello (2014), *Organigrama*, Recuperado el 22 de julio de 2014, Consultado en: http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/Escuela_com_social/Recursos%20Escuelas/Organigrama%20Com%20soc.pdf
- Universidad Católica Andrés Bello (2014). *Modalidad VII: pasantías*. Recuperado el 10 de julio de 2014. Consultado en: <http://w2.ucab.edu.ve/trabajo-de-grado-6902.html>
- Universidad Juan Agustín Maza (2014). *Comunicación Institucional*. Recuperado el 3 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional>
- Universidad de Navarra (2010). *Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?* Recuperado el 10 de julio de 2014. Consultado en: <http://www.unav.es/nuestrotiempo/temas/las-nuevas-redes-sociales-moda-o-revolucion>