



UNIVERSIDAD ANAHUAC

VINCE IN BONO MALUM

ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**PROPOSICION DE UN CENTRO DE DIFUSION
CULTURAL PARA LA UNIVERSIDAD ANAHUAC**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SEMINARIO DE INVESTIGACION

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA

LAURA ELENA LAZO GARZA

MEXICO

1987



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

2.3.1 RESISTENCIA AL CAMBIO.....	21
2.3.2 EL CAMBIO EN LA CORGANIZACION.....	22
2.3.3 CICLO EVOLUCION/REVOLUCION EN LA ORGANIZACION.....	23
2.4 FASRES DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL.....	24
2.4.1 Fase de Creatividad.....	24
2.4.2 Fase de Dirección.....	26
2.4.3 Fase de Delegación.....	27
2.4.4 Fase de Coordinación.....	28
2.4.5 Fase de Colaboración.....	29
2.5 TOMA DE DECISIONES.....	30
2.5.1 Concepto Toma de Decisiones.....	30
2.5.2 Información y Toma de Decisiones.....	31
CAPITULO III ESTUDIO COMPARATIVO DE DIFUSION CULTURAL EN - INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO - EDUCATIVAS	
3.1 INTRODUCCION.....	34
3.2 CUADRO COMPARATIVO DE LOS ANTECEDENTES DE DIFUSION - CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES- NO EDUCATIVAS.....	35
3.2.1 Conclusión Antecedentes.....	35
3.3 CUADRO COMPARATIVO DEL CONCEPTO DE DIFUSION CULTURAL- EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCA- TIVAS.....	36
3.3.1 Conclusión Concepto de Difusión Cultural.....	38
3.4 CUADRO COMPARATIVO DE OBJETIVOS Y FUNCIONES DE DIFU - SION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITU - CIONES NO EDUCATIVAS.....	38
3.4.1 Conclusión Objetivos y Funciones de Difusión - Cultural.....	41

3.5 CUADRO COMPARATIVO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTI TUCIONES NO EDUCATIVAS.....	42
3.5.1 Conclusión Estructura Administrativa de Difu - sión Cultural.....	46
3.6 CUADRO COMPARATIVO DE LOS RECURSOS HUMANOS UTILIZADOS EN DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E - INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.....	46
3.6.1 Conclusión de los Recursos Humanos Utilizados - por Difusión Cultural.....	47
3.7 CUADRO COMPARATIVO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS Y PRO- MOCION UTILIZADA PARA DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIO NES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.....	48
3.7.1 Conclusión Recursos Financieros y Promoción Uti lizada por Difusión Cultural.....	48
3.8 CUADRO COMPARATIVO DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS UTILIZA- DOS EN DIFUSION CULTURAL POR INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.....	49
3.8.1 Conclusión Tipos de Programas Utilizados por Di fusión Cultural.....	51
 CAPITULO IV PROPOSICION DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL EN LA UNIVERSIDAD ANAHUAC	
4.1 PERSPECTIVA HISTORICA.....	53
4.2 PROPOSICION DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL EN LA - UNIVERSIDAD ANAHUAC.....	55
4.2.1 Antecedentes.....	55
4.2.1.1 Cuestionario aplicado.....	56
4.2.2 Necesidades.....	69
4.2.3 Diagnóstico.....	71

4.2.4	Estrategia.....	71
4.2.5	Acciones.....	72
4.2.5.1	Fijación de objetivos.....	72
4.2.5.2	Organigrama y descripción de funciones.	74
4.2.5.2.1	Coordinación del Centro de <u>D</u> fusión Cultural.....	75
4.2.5.2.2	Departamento de Programación.	75
4.2.5.2.3	Departamento de Difusión y - Promoción.....	77
4.2.5.2.4	Departamento de Servicios de- Apoyo en Actividades Cultura- les.....	79
4.2.5.2.5	Departamento de Representa - ción de Alumnos.....	81
4.2.5.3	Necesidad de trabajar en relación entre los grupos.....	83
4.2.5.4	Manejo de conflictos.....	84
4.2.5.5	Motivación.....	85
4.2.5.6	Evaluación del Desarrollo de un Centro- de Difusión Cultural.....	86
	BIBLIOGRAFIA.....	88

PROLOGO

El presente estudio ha sido llevado a cabo tomando como punto de referencia instituciones educativas y no educativas para determinar entre otras cosas: qué es un Centro de Difusión Cultural, cómo funciona y cuáles son las necesidades, requerimientos y objetivos para el que fué creado.

Hay muy pocos estudios al respecto, y los existentes son en forma de folletos o publicaciones realizadas por instituciones públicas o privadas. Se recurrió a 15 de ellas, y se hizo una investigación dentro de la propia Universidad con el fin de obtener la información requerida para la realización de este trabajo.

Con este trabajo se pretende elaborar la proposición de un Centro de Difusión Cultural para la Universidad Anáhuac. El quehacer universitario está íntimamente relacionado con la concepción del desarrollo humano que lo inspira, y debido a que éste desarrollo ocurre a lo largo del ciclo vital de cada persona, la Universidad apoyada por un Centro de Difusión Cultural tiene una aportación propia que hacer en una etapa especialmente crítica de dicho ciclo.

Un agradecimiento muy especial al Lic. Joaquín Fernández Moreno por su colaboración en la realización de esta investigación; igualmente agradezco el apoyo recibido de la Lic. Annie Claire Lacrambe coordinadora del Centro de Investigación y del Ing. Francisco Roch Abiega.

Se agradece también la colaboración recibida de instituciones educativas y no educativas y a otras muchas personas que me ayudaron con sus conocimientos y consejos a la mejor realización de este trabajo; a todos ellos, muchas gracias.

INTRODUCCION

El objetivo final, al realizar el presente trabajo, es el de proponer un Centro de Difusión Cultural para la Universidad Anáhuac.

Se parte del hecho de que en esta Universidad desde hace tres años se cuenta con un Departamento de Difusión Cultural conformado en la actualidad por una persona, quien planea, organiza y dirige todas las actividades culturales llevadas a cabo en la Universidad y se encarga, así mismo, de hacerlas llegar a una comunidad universitaria de alrededor de 5,000 alumnos.

Este trabajo está constituido por cuatro capítulos relacionados entre sí. El primer capítulo hace referencia a la Planeación de la Investigación.

El segundo estudia el concepto de Desarrollo Organizacional aplicado a una universidad y enfocado a la Difusión Cultural. Se define qué es una organización, los tipos de organizaciones, así como la Teoría de Crecimiento y Evolución que experimenta toda organización; se mencionan también las fases del desarrollo organizacional y la toma de decisiones.

En el tercero se hace un análisis comparativo de ambas instituciones, educativas y no educativas, y se presenta la conclusión obtenida mediante el estudio de los antecedentes, conceptos, objetivos y funciones, así como de la estructura administrativa, los recursos humanos, los recursos financieros, la promoción utilizada y los tipos de programas llevados a cabo.

En el cuarto capítulo, y a manera de conclusión, se propone el desarrollo de un Centro de Difusión Cultural, habiéndose estudiado previamente la perspectiva histórica de la Universidad. Se analizaron, a modo de caso específico los siguientes puntos: antecedentes, cuestionario aplicado, necesidades, diagnóstico, estrategia, organigrama y descripción de funciones, así como acciones conducentes a llevar a cabo un Centro de Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac.

CAPITULO I

PLANEACION DE LA INVESTIGACION

CAPITULO I

PLANEACION DE LA INVESTIGACION

1.1 OBJETIVOS.

1.1.1 OBJETIVOS GENERALES

- Desarrollo de una base teórica apoyada en el concepto de Desarrollo Organizacional.
- Análisis de las semejanzas y diferencias entre las instituciones educativas y no educativas dentro del concepto de Difusión Cultural, así como de sus objetivos, de sus necesidades, y de su organización interna.
- Investigación de la opinión y de las actitudes de la comunidad universitaria con respecto a la Difusión Cultural, llevada a cabo en la Universidad.

1.1.2 OBJETIVO ESPECIFICO

Proponer un Centro de Difusión Cultural apoyado en el concepto de Desarrollo Organizacional aplicable a la Universidad Anáhuac.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los requerimientos y condiciones que se deben considerar para un adecuado diseño y desarrollo de un Centro de Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac?

Factores en juego del problema Requerimientos y Condiciones

- Se requiere de una base teórica como punto de apoyo al criterio aplicado.
- Del conocimiento en la forma de llevar a cabo un Centro o Departamento de Difusión Cultural en instituciones educativas y no educativas como base de apoyo para la proposición de un Centro de Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac.
- Se requiere, asimismo, de una actitud positiva para medir los logros ya alcanzados dentro de la situación actual de Difusión Cultural.
- Analizar como se llegó hasta ahí y de la exposición de los objetivos y metas que se pueden alcanzar.

1.3 DISEÑO DE LA PRUEBA

Debido a la naturaleza del tema, el presente trabajo se basa en la investigación de campo realizada, pues nos encontramos con el problema de que había muy poca información documental del tema central de este estudio.

1.3.1 INVESTIGACION DOCUMENTAL

La investigación documental se llevó a cabo recopilando información no sólo de la literatura especializada, sino también de folletos y publicaciones internas de instituciones públicas y privadas que fueron visitadas.

Se consultaron diversas publicaciones y folletos internos por parte de:

- Instituto Nacional de Bellas Artes
- Compañía de Luz y Fuerza del Centro
- Instituto Mexicano del Petróleo
- Instituto Mexicano del Seguro Social
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Secretaría General de Protección y Vialidad
- Secretaría de la Reforma Agraria.
- Secretaría de Turismo

Asimismo, se acudió a los Departamentos o Centros de Difusión Cultural de las siguientes universidades:

- ENEP Acatlán
- Universidad Iberoamericana
- Instituto Tecnológico Autónomo de México
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- Universidad Nacional Autónoma de México
- Universidad La Salle
- Universidad Anáhuac

También se visitaron las siguientes Bibliotecas:

- Biblioteca de la Universidad Iberoamericana
- Biblioteca de la Universidad Anáhuac
- Biblioteca del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

1.3.2 INVESTIGACION DE CAMPO

La investigación de campo llevada a cabo consta de las partes A y B:

A) En instituciones educativas y no educativas ubicadas en el área metropolitana de la Ciudad de México.

De las numerosas instituciones sociales en el área mencionada, se estudiaron 15 de ellas, las cuales se consideraron representativas de ambas instituciones.

B) Se realizó un sondeo de opinión, en el cual se entrevistaron a 100 alumnos de las diferentes escuelas que conforman la Universidad Anáhuac, para conocer la opinión y actitudes de la comunidad universitaria respecto a la Difusión Cultural llevada a cabo dentro de la misma.

Asimismo se entrevistó y se platicó con diferentes autoridades de la Universidad con el fin de conocer y evaluar la situación actual de la Difusión Cultural, así como la posibilidad que pudiera haber para la creación de un Centro para éste propósito.

1.3.2.1 INSTRUMENTO DE PRUEBA APLICADO A LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
SEMINARIO DE INVESTIGACION PARA LA PROPOSICION DE UN CENTRO DE
DIFUSION CULTURAL

NOMBRE _____ PUESTO _____

UNIVERSIDAD _____

1) ¿Qué es Difusión Cultural, concepto?

2) ¿Cuáles son los objetivos de Difusión Cultural?

3) ¿Se están logrando estos objetivos? SI ___ NO ___ ¿Por que?

4) ¿Cómo está estructurado el Departamento de Difusión Cultural (Organigrama)?

5) ¿Existe por parte de las escuelas autonomía para organizar diferentes actividades?

6) Antecedentes del Departamento.

7) ¿Hay alguna planeación de las actividades, quién la hace y en base a qué, con que criterios?

8) ¿Cómo consiguen las presentaciones culturales y cómo las seleccionan?

9) ¿Qué tipo de promoción y publicidad tienen y si la hay es interna o es externa?

10) ¿Existe o no presupuesto para Difusión Cultural y si existe cómo se obtiene, cómo se ejerce?

11) ¿Cuál es el grado de respuesta por parte de los estudiantes de la universidad y otros sectores con respecto a las actividades llevadas a cabo?

12) ¿Cuáles son las principales actividades llevadas a cabo?

13) ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta el Área -
de Difusión Cultural?

1.3.2.2 INSTRUMENTO DE PRUEBA APLICADO A LAS INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
SEMINARIO DE INVESTIGACION PARA LA PROPOSICION DE UN CENTRO DE
DIFUSION CULTURAL

NOMBRE _____ PUESTO _____

INSTITUCION _____

- 1) ¿Qué es Difusión Cultural, concepto?

- 2) ¿Cuáles son los objetivos del Departamento de Difusión Cultural?

- 3) ¿Cómo está estructurado el Departamento de Difusión Cultural --
(organigrama)?
- 4) Antecedentes del Departamento.

- 5) ¿Hay alguna planeación de las actividades, quién la hace y en base a qué, con qué criterios?

- 6) ¿Cómo consiguen las presentaciones culturales y cómo las se -
leccionan?

- 7) ¿Qué tipo de promoción y publicidad tienen y si la hay es in -
terna o externa?

- 8) ¿Existe o no presupuesto para Difusión Cultural y si existe -
como se obtiene, cómo se ejerce?

- 9) ¿Cuál es el grado de respuesta por parte del público al que -
se dirigen respecto a las actividades llevadas a cabo?

- 10) ¿Cuáles son las principales actividades llevadas a cabo?

- 11) ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta el área de
Difusión Cultural?

1.3.2.3 INSTRUMENTO DE PRUEBA APLICADO A ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD ANAHUAC.

UNIVERSIDAD ANAHUAC
ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
SEMINARIO DE INVESTIGACION PARA LA PROPOSICION DE UN
CENTRO DE DIFUSION CULTURAL

- 1) ¿Sabes si existe un Departamento de Difusión Cultural dentro de la Universidad?
SI _____ NO _____ Si es no, pasar pregunta 3.
- 2) ¿Consideras que el Departamento de Difusión Cultural existente es apropiado para cubrir las necesidades y requerimientos de la población estudiantil?
a) Apropiado _____ b) Poco apropiado _____
c) Inapropiado _____
- 3) ¿Qué tan importante consideras la existencia de un Centro de Difusión Cultural dentro de la Universidad Anáhuac?
a) Muy importante _____ b) Importante _____
c) Ni importante ni no importante _____
d) Poco importante _____ e) Nada Importante _____
- 4) ¿Con qué frecuencia asistes a las actividades que Difusión Cultural te presenta?
a) Una o dos veces por semestre _____
b) Tres o cuatro veces por semestre _____
c) Más de cuatro veces por semestre _____

- 5) A las actividades que asistes normalmente ¿Vas porque quieres ir o porque te obligan a asistir?
- _____

- 6) ¿Piensas que hay motivación por parte de Difusión Cultural - hacia los alumnos?

SI _____ NO _____

- 7) Te parece adecuada la difusión de las actividades presentadas en la Universidad Anáhuac?

a) Adecuada _____ Poco Adecuada _____
c) Inadecuada _____

- 8) ¿Qué tipo de actividades te gustaría que realizara Difusión - Cultural por orden de importancia?

a) De tipo propiamente educativo _____
Seminarios, Conferencias, Mesas Redondas, Club de Debates.

b) De tipo recreativo _____
Exposiciones, Pintura, Fotografía, Teatro, Danza, Música, -
Cinema, Talleres Diversos.

c) Actividades Sociales _____
Conciertos de música, Organización Cocteles, Festival de -
la canción, Concursos de fotografía, caricatura o deporti-
vos.

- 9) ¿Participas en la organización de las actividades culturales - dentro de la universidad?

SI _____ NO _____

10) ¿Te gustaría formar parte del Centro de Difusión Cultural integrado por alumnos, crear, sugerir y apoyar tu ideología y forma de vivir?

SI _____

NO _____

1.3.2.4 JUSTIFICACION DE LOS CUESTIONARIOS

Los cuestionarios fueron elaborados principalmente con el fin de investigar los siguientes aspectos:

- Cómo es llevada la Difusión Cultural en instituciones educativas y no educativas como base de apoyo para la proposición de un Centro de Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac.
- Cómo estimular las facultades del pensamiento crítico para el desarrollo cultural.
- Cómo procurar el conocimiento de las principales corrientes de nuestras tradiciones culturales, científicas y literarias.
- Cómo cultivar una inteligente fidelidad a los ideales de la comunidad universitaria.
- Cómo dotar a los jóvenes de conocimientos prácticos y técnicos que les permitan realizar alguna labor cultural productiva vinculada con sus aptitudes e intereses.
- Para conocer la opinión y actividades de la comunidad universitaria respecto a la Difusión Cultural llevada a cabo dentro de la misma.
- Para conocer la situación actual de la Difusión Cultural en la Universidad, así como la posibilidad que pudiera haber para la creación de un Centro de Difusión Cultural.

C A P I T U L O I I

DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL

COMO PARTE INTEGRAL DE UNA UNIVERSIDAD

C A P I T U L O II

DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL COMO PARTE INTEGRAL DE UNA UNIVERSIDAD

2.1 ¿QUE ES UNA ORGANIZACION?

"La Organización es la unidad productiva o de servicio, que constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos humanos, materiales y técnicos, valiéndose de la administración para lograr sus objetivos". (1)

El origen de una Organización es la satisfacción de una necesidad por medio de una actividad que sea productiva o por el ofrecimiento de un servicio.

Existen diferentes tipos de organizaciones según el objeto de su actividad. Las organizaciones que tienen como uno de sus objetivos principales obtener utilidades, se denominan empresas. Hay también organizaciones gubernamentales, religiosas, educativas, etc. Nosotros enfocaremos el concepto de organización hacia el tema central de este estudio, la proposición de un Centro de Difusión Cultural en una universidad.

2.2 CONCEPTO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL APLICADO A UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL.

De las diferentes definiciones de Desarrollo Organizacional hemos tomado las siguientes:

El Desarrollo Organizacional según Bennis es "una respuesta al cambio, una compleja estrategia educacional con la finalidad de

(1) "Fernández Arena José Antonio". Introducción a la Administración Pag. 31.

cambiar creencias, actitudes, valores y estructuras de las organizaciones, de modo que estas puedan adaptarse mejor a nuevas tecnologías, nuevos mercados y nuevos desafíos y al aturdidor ritmo de los propios cambios". (2)

Para Beckard el Desarrollo Organizacional es "Un esfuerzo planeado que abarca toda la organización administrando desde arriba para aumentar la eficiencia y salud de la organización a través de las intervenciones planeadas de los procesos organizacionales, usando conocimientos de las ciencias del comportamiento" (3)

Basándonos en el Concepto de Beckard, y para los fines del presente estudio, el Concepto de Desarrollo Organizacional que aplicaremos será el siguiente:

"Esfuerzo de cambio planificado de toda la organización y administrado desde la alta Dirección Universitaria, para aumentar la efectividad y el bienestar de la organización, por medio de intervenciones planificadas en los procesos de la educación, bajo conceptos de las ciencias del comportamiento".

Entendiendo por cambio:

Modificación o transformación de un sistema, paulatina y metódicamente, para su mejoramiento, superación, y desarrollo.

Hacemos referencia al Desarrollo Organizacional generado y motivado desde la alta Dirección Universitaria, la cual debe tener una visión global de las diversas escuelas y actividades culturales que conforman la Universidad.

(2) Bennis Warren. Desarrollo Organizacional. Su naturaleza, orígenes y perspectivas. Pág. 56.

(3) Beckard Richard. Desarrollo Organizacional, estrategias y modelos. Pág. 33.

Desglosemos el concepto en sus distintas partes:

"Esfuerzo de cambio planificado..."

Se requiere de un:

- Diagnóstico constante y sistemático de las necesidades y requerimientos de la Universidad.
- Plan estratégico de superación constante.
- Manejo de recursos para ejecutar el cambio.

... De toda la organización...

- Cambio estructural de la Universidad para un mayor logro y aprovechamiento de todos sus propósitos en lo general, y en particular de los de carácter humano.

Ejemplo: Diversificación de actividades

- Educativas.
- Recreativas.
- Deportivas.

... Administrado desde la alta Dirección Universitaria...

- Necesidad de visión amplia: Observación global sin descuidar los detalles mínimos.
- Liderazgo. Comprensión. Interés.
- Poder de Decisión. Prontitud de acción.
- Necesidad de trabajo de equipo: Diversificación de mandos y

responsabilidades.

...Para aumentar la efectividad y el bienestar de la organización...

- Definición de una Organización ideal, efectiva y sana.
- Organización de individuos trabajando bajo objetivos específicos.
- Organización y uso de recursos en función del problema, proyectos, o la función a desarrollar.
- Remuneración en función de los resultados e interés puesto.
- Mejoramiento de la comunicación lateral o vertical existente.
- Promoción de la capacidad de autocrítica constructiva y de autorrenovación.

...Por medio de intervenciones planificadas en los procesos de la educación...

- Discusión y comunicación de necesidades y propósitos.
- Análisis de los procesos (escuelas, departamentos, procedimientos) para ajustarlos a las necesidades existentes.

...Bajo conceptos de las ciencias del comportamiento".

- Se toman en cuenta reacciones y comportamiento de alumnos y maestros.

Elementos en juego

- Motivación.
- Poder.
- Comunicación.
- Percepción.
- Ego.
- Relaciones Interpersonales.
- Fijación de Objetivos.

2.3 MOTIVOS O FACTORES DE CAMBIO EN UNA UNIVERSIDAD.

En el mundo cambiante de nuestros días, casi nada permanece estático, puede decirse que lo único constante es el cambio.

Al crecer y desarrollarse toda organización requiere: enfrentar se al cambio que esto implica y motivar a la gente a asimilar y formar parte de ese cambio. Dicho cambio está en función de:

- Crecimiento. Evolución. Inovación. Superación.
- Complejidades tales como:
 - . Concepción del Desarrollo Educativo.

" Resulta muy frecuente por desgracia, que los planes educativos sean obsoletos y no resuelvan las necesidades de las organizaciones. Es muy común que los estudiantes salgan con la cabeza llena de teorías, sin saber cómo y para que hacer las cosas. No es de desdeñarse la teoría; simplemente se -- aboga por una fundamentación originada en la práctica". (4)

(4) "Arias Galicia Fernando". Administración de Recursos Humanos
Pág. 169.

. Estructura Administrativa.

Una universidad en crecimiento no puede permanecer con la misma organización y sistema con la que empezó, tiene que adecuarse a las necesidades y requerimientos de una universidad en crecimiento.

. Desarrollo de los Departamentos

. Difusión Cultural

. Extensión Universitaria

. Sociedad de Alumnos.

- Especialización de:

. Directivos

. Profesorado

- Problemas de integración de las diversas escuelas y departamentos que conforman la universidad.

- Diversidad de objetivos

2.3.1 RESISTENCIA AL CAMBIO

Este cambio constante requiere, igualmente, una maleabilidad de las personas. Una transición ideológica puede fracasar si las personas no están preparadas; si no tienen la actitud, los conocimientos, el interés, etc., adecuados para tal viraje.

- Contenido de aspectos positivos dentro de la resistencia al cambio:
 - . Tradicionalidad
 - . Abolengo
 - . Confianza
 - . Conocimiento

- Así mismo el cambio es bloqueado por fuerzas contrarias al proceso de innovación en la organización. Fuerzas tales como:
 - . Costos elevados
 - . Malos entendidos e interpretaciones erróneas.
 - . Normas de grupo contradictorias.
 - . Equilibrio de poder no deseable por algunos.
 - . Diversidad de valores y objetivos - en contraposición.

2.3.2 EL CAMBIO EN LA ORGANIZACION

- Efectos de decisiones organizacionales pasadas influyen el futuro tanto como los acontecimientos actuales o la dinámica externa del medio ambiente.
- Ejemplos:
- . Una Universidad pequeña con organización complicada y estructurada: Es absorbida por el sistema.
 - . Una Universidad en crecimiento y exitosa con organización que no evoluciona porque hay intereses de poder en esa estructura: Tiende al fracaso.

Una Universidad grande que necesita proporcionar mayores servicios a los alumnos creando nuevos departamentos o áreas tales como: Difusión Cultural, Extensión Universitaria, Representación Sociedad de Alumnos, Deportivas, Recreativas, etc., puede rechazar la propuesta de la ampliación o creación de dichos departamentos por posibles problemas de control, cuando lo que se necesita es que no haya un exceso de control centralizado que bloquearía el desarrollo de nuevas oportunidades.- Esto debido a: arraigo en las decisiones del pasado y a un período largo con la misma estructura.

2.3.3 CICLO EVOLUCION/REVOLUCION EN LA ORGANIZACION.

- Evolución.

El ciclo de evolución se caracteriza por un período de crecimiento continuado, ningún cambio drástico en la organización es necesario.

- Revolución.

El ciclo de revolución se caracteriza por un período de cambios significativos en la vida de la organización.

El ciclo evolución/revolución implica: el período de crecimiento con evolución que, al terminar genera el período de revolución que al terminar a su vez, da lugar nuevamente al crecimiento con evolución. De que tan bien manejemos el período de revolución dependerá el éxito de la etapa de evolución, hay que tratar de que el período revolucionario sea lo más corto posible.

2.4 FASES DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

- Creatividad.
- Dirección.
- Delegación.
- Coordinación.
- Colaboración.

Consideraciones:

- . Cada período de evolución se caracteriza por un estilo de gerencia y por un camino de operación que asegura el crecimiento .
- . Cada período revolucionario se caracteriza por claros problemas administrativos y de modos de operación que tienen que ser resueltos para que el crecimiento de la organización continúe.
- . Cada período Revolucionario puede ser positivo si, se encausa adecuadamente.
- . Las fases del desarrollo pueden ser más o menos rápidas según sea el crecimiento de la organización.
- . Cada nueva fase es producto de la fase anterior y, a su vez, es causa de la siguiente fase organizacional, es decir, son interdependientes .

2.4.1 FASE DE CREATIVIDAD.

- Creatividad.
- . Llevada a cabo en primera instancia por los fundadores y/o due-

ños de la universidad con orientación hacia el proceso educativo formal: Enseñanza-Aprendizaje.

- . La comunicación entre el profesorado puede ser frecuente pero informal, por lo que se recomienda con mucho énfasis el establecimiento de juntas o sesiones periódicas en las que cada profesor exponga los problemas a los que se enfrentó, o se enfrenta, y la forma en que los resolvió, o piensa resolverlos; escuchando, así mismo, el punto de vista de los demás.
 - . Control de actividades en función de una retroalimentación de la información. Se pueden dar a conocer, por medio de memorándums, a todos los que en alguna forma tengan interés en la organización.
- Crecimiento de la Universidad.

Al crecer y desarrollarse toda Universidad genera un mayor número de profesores y alumnos que requieren de instalaciones y elementos de control con una mayor y mejor dirección y comunicación estructurada.

Mayor número de profesores y empleados pueden originar una menor lealtad y vocación, por lo que surge la necesidad de mayor supervisión, así como nuevos departamentos que dan lugar a la diversidad de nuevos objetivos.

Esto hace que se requiera capital para aplicarse en función del

crecimiento y la obsolescencia o antigüedad que se presente en una universidad en crecimiento.

La dirección que no está preparada se enfrenta a una crisis en la que se anhelan los viejos tiempos y se propaga la resistencia al cambio, esto es una crisis de dirección.

La solución se encuentra en una dirección fuerte para la operación efectiva de la creciente organización, lo que genera la fase de Dirección.

2.4.2 FASE DE DIRECCION.

- Dirección.

Esta etapa se caracteriza por una Dirección General fuerte la cual desea conservar el poder de decisión de forma centralizada.

Al enfrentarse ante una universidad en crecimiento requiere de una nueva organización funcional, esto implica la separación de responsabilidades por lo que se adoptan incentivos, presupuestos y estándares de trabajo enfocados a la delegación de autoridad. La comunicación se vuelve más formal e impersonal debido a jerarquías, títulos y posiciones.

- Crisis de Autonomía.

La crisis de autonomía se genera por lo siguiente:

- . La dirección insiste en conservar una jerarquía centralizada restrictiva.
- . Criterios de los niveles inferiores contra las decisiones de la alta gerencia.
- . Procedimientos establecidos contra iniciativas propias.
- . Demanda de mayor autonomía de los directores de escuelas.

La solución ante la crisis de autonomía es el reconocimiento real por parte de la Dirección de una mayor delegación de autoridad y responsabilidad, esto implica un período revolucionario que origina la fase de Delegación.

2.4.3 FASE DE DELEGACION.

- Delegación

Esta etapa se caracteriza por una descentralización con éxito a la que se le asigna mayor responsabilidad a directores de es cuelas y profesorado.

La comunicación desde la Dirección General es poco frecuente y por escrito, cada vez es más escasa, comunicación de tipo formal.

- Crisis de control

La crisis de control se caracteriza por lo siguiente:

- . Operación alejada y diversificada, falta de unión entre miembros de la universidad.
- . Sentimiento de pérdida de control por parte de la dirección.
- . Falta de coordinación de las diversas escuelas en:
 - . Planes
 - . Objetivos
 - . Recursos
 - . Presupuestos
 - . Imagen
- . Actitud localista por parte de las escuelas

La solución es recuperar el control, tentación a volver a centralización por lo que se genera la fase de coordinación.

2.4.4 FASE DE COORDINACION.

- Coordinación.

Esta etapa se caracteriza por el uso de sistemas formales, se genera comunicación entre escuelas, centros y departamentos.

Se cuenta con procedimientos formales de planeación y son revi-

sados continuamente por el personal administrativo de Dirección Académica por medio de programas de control y revisión.

El programa de presupuesto llevado a cabo se evalúa centralizadamente.

- Nuevas opciones de desarrollo.

- . Extensión Académica
- . Difusión cultural

- Crisis de Papeleo.

La crisis de papeleo se origina cuando los procedimientos dominan la solución a los problemas y la innovación se reduce.

Existen demasiados sistemas y controles lo que genera burocracia criticada por todos.

Relación de desconfianza entre:

- . Dirección académica
- . Escuelas
- . Centros y Departamentos.

La organización es demasiado grande y compleja para ser manejada por sistemas y programas rígidos.

2.4.5 FASE DE COLABORACION

- Colaboración.

Esta etapa se caracteriza por el énfasis en la colaboración interpersonal, la solución de los problemas se presenta a través de equipos de trabajo.

El personal de la Dirección Académica asesora a las escuelas, departamentos y centros con una mayor espontaneidad en la acción administrativa y con programas educativos para formar y mejorar equipos de trabajo y conflictos. La compensación es por resultados de grupo más que individuales.

Se lleva a cabo la implementación de Centros o Departamentos claves para enfrentar el crecimiento de la universidad, con sistemas de información en tiempo real que se integran a la toma de decisiones.

Se estimula la renovación y se puede llegar a generar crisis en cuanto a saturación psicológica, cansancio físico y mental y esto requiere de la necesidad de descanso y reflexión.

2.5 TOMA DE DECISIONES

2.5.1 CONCEPTO TOMA DE DECISIONES

La toma de decisiones administrativas es por lo común un proceso secuencial, con las decisiones subsecuentes basadas en desarrollos que han sido acumulados a través de un periodo. El análisis

lleva a la selección de un curso particular de acción y la decisión es implantada.

De acuerdo con Forrester "La administración es el proceso para convertir la información en acciones". Al proceso de conversión lo llamamos toma de decisiones.

2.5.2 INFORMACION Y TOMA DE DECISIONES

La información implica el conocimiento adicional relevante para el problema de decisión en cuestión y es la materia prima para el proceso de toma de decisiones administrativas.

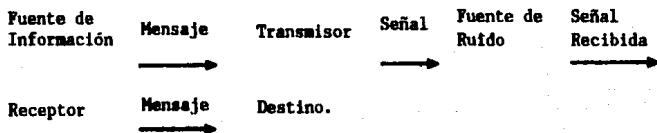
Para muchas tareas de solución de problemas, el individuo tiene conocimiento almacenado que introduce en el proceso de decisiones.

El individuo puede buscar información adicional por lo que requiere del servicio de los sistemas de comunicación formales o informales. La comunicación se realiza mediante palabras, letras o medios similares, e implica un intercambio de pensamientos u opiniones.

Lo que constituye la "información" depende del problema en manos de quien toma las decisiones y de su marco de referencia. Cuando se incluye la comunicación interpersonal, los problemas del contenido y significado de los mensajes se hacen importantes. En los sistemas de comunicación el objetivo es el entendimiento; entre el transmisor y el receptor para un mensaje en particular. Aunque no existe correlación directa entre la cantidad de comunica -

ción o información transmitida y el grado de entendimiento. La gente lee, ve y oye lo que ella quiere leer, ver y oír.

"Representación Simbólica del Proceso de Comunicación". (5)



(5) "Claude E. Shannon y Weaver". The Mathematical Theory of Communication. Pág. 98.

C A P I T U L O I I I

**ESTUDIO COMPARATIVO DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES
EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS**

C A P I T U L O I I I
ESTUDIO COMPARATIVO DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS
E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

3.1 INTRODUCCION

El presente estudio se llevó a cabo en las siguientes instituciones educativas:

- Universidad Anáhuac
- ENEP Acatlan
- Universidad Iberoamericana
- Instituto Tecnológico Autónomo de México
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- Universidad Nacional Autónoma de México
- Universidad La Salle

Y las siguientes instituciones no educativas:

- Instituto Nacional de Bellas Artes
- Compañía de Luz y Fuerza del Centro
- Instituto Mexicano del Petroleo
- Instituto Mexicano del Seguro Social
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Secretaría General de Protección y Vialidad
- Secretaría de la Reforma Agraria
- Secretaría de Turismo

Al encontrar similitud en las respuestas obtenidas por las dife -

rentes instituciones educativas y no educativas se presenta la información de forma no repetitiva y de mayor relevancia en cuadros comparativos.

3.2 CUADRO COMPARATIVO DE LOS ANTECEDENTES DE DIFUSION CULTURAL EN - INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Difusión Cultural en las instituciones educativas establecida como departamento se encuentra en una etapa muy joven contando con 10, 9, 6 o 3 años de existencia.
- Exceptuando la UNAM ya que Difusión Cultural nace con la misma universidad de forma autónoma en 1929.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- Difusión Cultural en las instituciones no educativas, en el caso de contar con un departamento específico cuentan con pocos años de existencia 10, 8, 5 ó 2 años.
- Exceptuando el INBA fundado en 1934 y el IMSS en 1949 que cuentan con actividades de Difusión Cultural desde sus inicios.

3.2.1 CONCLUSION ANTECEDENTES

El Departamento de Difusión Cultural en las instituciones educativas establecido como tal se encuentra en una etapa muy joven de desarrollo, pero la inquietud y necesidad de dicha área en las universidades es reconocida por los directivos de las mismas.

En el caso de las instituciones no educativas en la mayoría de los casos Difusión Cultural establecida como departamento no existe ya que se carece del presupuesto mínimo necesario para dichas actividades.

3.3 CUADRO COMPARATIVO DEL CONCEPTO DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Difundir es dar a un mayor número de personas el conocimiento o información de algo a través de diferentes medios en este caso aspectos culturales.
- Difusión es hacer llegar los beneficios de la cultura al mayor número de gente que no tiene acceso a ellos.
- Cultura es toda aquella manifestación que el hombre tiene de su comportamiento científico, religioso, económico, político y social.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- Difundir es el hecho de divulgar o propagar un objetivo que bien puede ser de tipo cultural, político o social.
- Difundir es la forma de trasladar, de hacer llegar conocimientos e ideas a los empleados de la organización.
- Cultura es toda manifestación del ser humano, presente en sus quehaceres, en sus realidades y expresiones artísticas.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- La cultura es el mejora - miento de las facultades físicas, intelectuales y morales del hombre.
- Difusión Cultural es, esencialmente, una unidad de servicio a alumnos que se integran a una sociedad para ser líderes.
- Difusión Cultural implica promover, fortalecer y extender hacia un grupo o comunidad en su conjunto los beneficios de la cultura.
- Departamento que se encarga de promover el acercamiento de los alumnos con distintos valores de orden cultural mediante actividades y eventos donde al participar encuentre manifiesto esos valores.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- La cultura es el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre.
- Difusión Cultural es la proyección de algún evento a nivel masivo.
- Difusión Cultural es el acto de difundir actividades que tengan que ver con la cultura y generarlo en teoría de acuerdo a las necesidades y al público al que te dirijas.

3.3.1 CONCLUSION CONCEPTO DE DIFUSION CULTURAL.

La principal diferencia en el concepto de Difusión Cultural es el público al cual se dirigen. Las instituciones educativas la atención se centra en la población estudiantil y en las instituciones no educativas a los empleados de la organización, o en el caso de Bellas Artes al público en general.

Algunas instituciones educativas pueden atender o enfocarse al público en general dependiendo de su tamaño y capacidad.

En las instituciones educativas un Centro o Departamento de Difusión Cultural, es esencialmente, una unidad de servicio hacia la comunidad universitaria que se encarga de promover el acercamiento de los alumnos con distintos valores de orden cultural mediante actividades donde al participar encuentre manifiesto esos valores.

En las instituciones no educativas un Centro o Departamento de Difusión Cultural como tal, en la mayoría de los casos no existe, debido a que no cuentan con el presupuesto necesario y se enfocan a actividades específicas para las que fueron creadas.

3.4 CUADRO COMPARATIVO DE OBJETIVOS Y FUNCIONES DE DIFUSION CULTURAL- EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Acercarse al mayor número de gente posible.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- Promover la cultura a todos los estratos sociales, niños, adultos y estudiantes.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Contribuir a la satisfacción de la demanda cultural de los universitarios y del público en general con la programación de actividades diversas como el teatro, la música, la danza, el cine, publicaciones y otras, en foros universitarios y foros no universitarios.
- Enriquecimiento de todas las actividades humanas para la formación del estudiante, no solo en su especialidad sino de complemento a su vida.
- Dar a conocer al exterior los valores culturales que se tienen en la universidad y traer del exterior aquellos que contribuyan al enriquecimiento de la vida cultural en ella.
- Canalizar inquietudes ar-

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- Promover y difundir las distintas manifestaciones artísticas, dentro del concepto de la salud integral, la solidaridad y la seguridad social.
- Proporcionar al personal conocimientos de cultura en general, educación artística y deportiva así como opciones institucionales de recreación.
- Proyectar los logros alcanzados por el IMP en materia de investigación, desarrollo de tecnología aplicación de procesos y servicios tecnológicos.
- Elevar el nivel cultural-

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

tísticas y culturales de la comunidad universitaria y coadyuvar en la formación integral de la personalidad.

- Coordinar las actividades culturales programadas - por las diferentes áreas - en los resintos universitarios y no universita -- rios.
- Promover integración de - la comunidad universita - ria.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

de la gente a través de - cursos o espectáculos re - creativos o conferencias.

- Apoyar los programas de - actualización profesional.
- Elevar el nivel cultural - entre la familia policia - ca.
- Romper el mito que se tie - ne de que la cultura es - elitista y hacerles con - ciencia de que la cultura es parte de su propia co - tidianidad.
- Principal objetivo difu - sión del sector turismo.
- Principales objetivos es - tan en el campo y no en -

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

difundir cultura.

- La función de Luz y Fuerza del Centro no es divulgar cultura presupuestariamente dedicarse a la función específica por la que fue creada.

3.4.1 CONCLUSION OBJETIVOS Y FUNCIONES DE DIFUSION CULTURAL.

Se analizaron y compararon los objetivos y funciones de Difusión Cultural en las instituciones educativas así como en las no educativas. Dentro de éstas últimas se consultaron cuatro instituciones de servicio y cuatro secretarías.

Los objetivos y funciones de las instituciones educativas están en función directa del tamaño y proporción de la universidad de que se trate.

El objetivo primordial de un Centro o Departamento de Difusión Cultural en una universidad es el enriquecer todas las actividades humanas del estudiante para su formación, no solo en su especialidad si no de complemento a su vida.

Cultivar su propia existencia por medio de actividades diversas como el teatro, la música, la danza, el cine, conferencias, publicaciones, etc. Canalizando inquietudes artísticas y culturales del-

alumnado para coadyuvar así en la formación integral de su personalidad.

Los objetivos de las instituciones no educativas están en función directa a la institución de que se trate y de la actividad que desarrollen, algunos se enfocan únicamente a la función específica para la que fueron creadas, por ejemplo: Secretaría de Turismo, Secretaría de la Reforma Agraria.

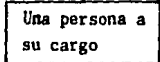
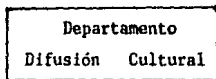
En las instituciones no educativas que cuentan con un departamento específico de Difusión Cultural su objetivo consiste en elevar el nivel cultural de su público, ya sea empleados o público en general a través de cursos, espectáculos recreativos o propiamente educativos.

3.5 CUADRO COMPARATIVO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

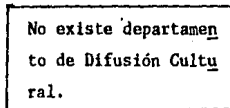
- Departamento primario de Difusión Cultural.

. Una persona a su cargo



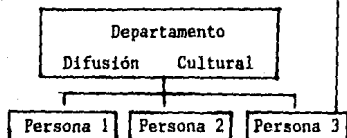
INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- No cuentan con Departamento de Difusión.



INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Departamento de Difusión Cultural .
 - . Dos o tres personas a su cargo



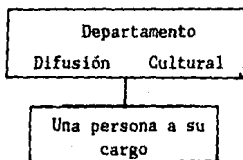
- Centro de Difusión Cultural.
 - . Equipo de personas trabajando en conjunto.
 - . Departamentos y funciones definidas.

Ejemplo:

Universidad la Salle

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- Departamento de Difusión Cultural .
 - . Una persona a su cargo.



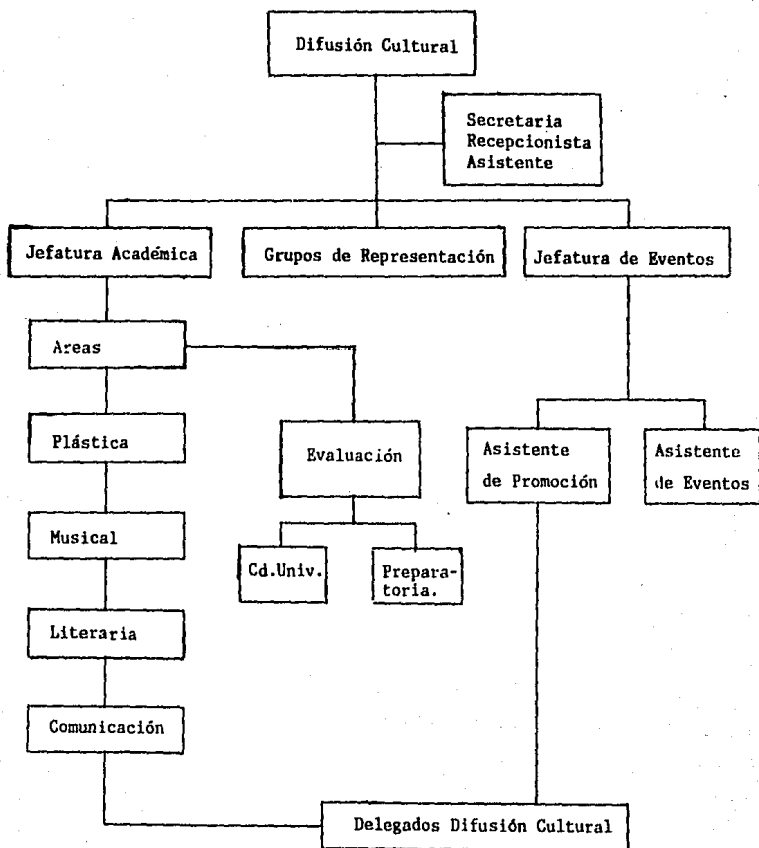
- Centro de Difusión.

- . Equipo de personas trabajando en conjunto.
- . Departamentos y funciones definidas.

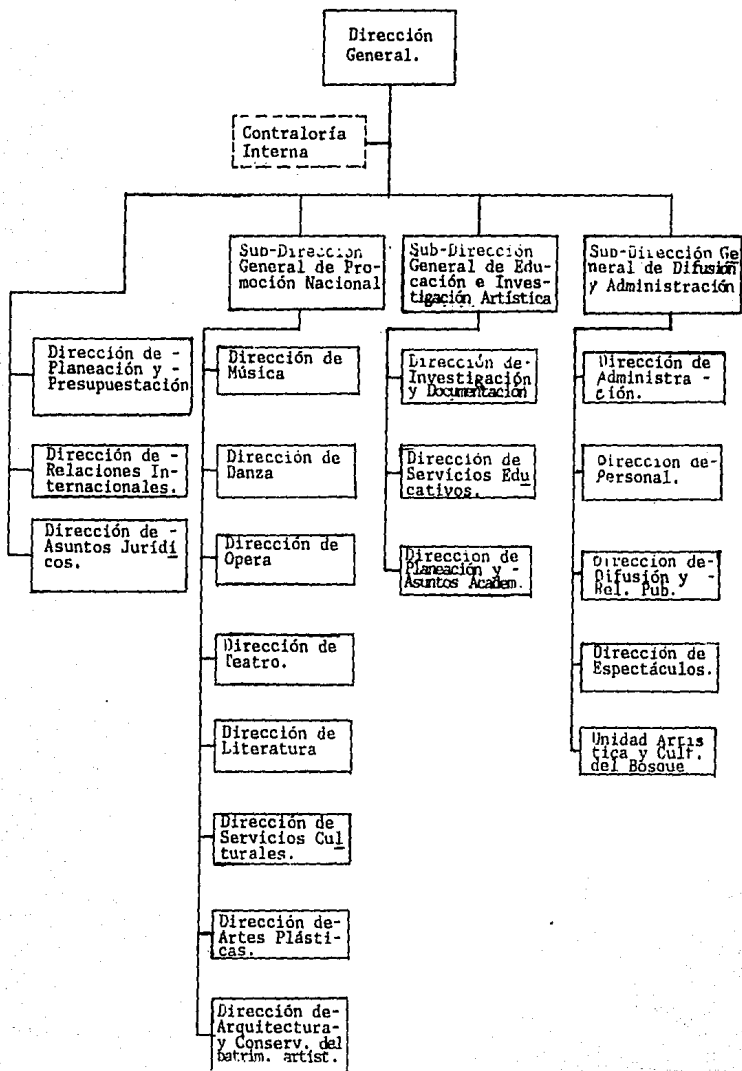
Ejemplo:

INBA

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS. EJEMPLO: UNIVERSIDAD LA SALLE.



ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS. EJEMPLO: EL INBA



3.5.1 CONCLUSION ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE DIFUSION CULTURAL.

En las instituciones educativas nos encontramos con tres casos : el primero en el cual hay una persona encargada de todo, el segundo dos o tres personas conforman el departamento y un último caso en el que un equipo de trabajo integrado, en la mayoría de las universidades, por estudiantes que conforman un Centro de Difusión Cultural con departamentos y funciones definidas.

En las instituciones no educativas en la mayoría de los casos no se cuenta con un departamento de Difusión, si lo hubiera está a su cargo una persona o máximo dos, siendo la excepción Bellas Artes, el IMP, y el IMSS. La Secretaría de Turismo cuenta con una Dirección de Difusión, la cual llaman Dirección General de Comunicación Social para dar a conocer atractivos turísticos del país.

3.6 CUADRO COMPARATIVO DE LOS RECURSOS HUMANOS UTILIZADOS EN DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Departamento primario de Difusión Cultural.
- . Representante de Difusión Cultural.
- Departamento de Difusión Cultural.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

- No cuentan con Departamento de Difusión.
- Departamento de Difusión.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- . Director
- . Dos coordinadores.

- Centro de Difusión Cultural.
- . Director.
- . Coordinadores.
- . Equipo Staff.
- . Profesores.
- . Alumnos

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS

- . Representante Difusión

- Centro de Difusión.

- . Director General.
- . Director o representante de cada departamento
- . Coordinador General.
- . Profesionistas en diferentes áreas: danza, teatro, etc.

3.6.1 CONCLUSION DE LOS RECURSOS HUMANOS UTILIZADOS POR DIFUSION CULTURAL.

Los Recursos Humanos con que cuentan las instituciones educativas en el Departamento de Difusión Cultural es reducido, en la mayoría de las universidades estudiadas y esto debido a la falta de presupuesto.

En las instituciones no educativas los Recursos Humanos están en función del tamaño de la dependencia, su presupuesto y la función a la cual se dedican, en general cuentan con un personal reducido, principalmente por falta de presupuesto.

3.7 CUADRO COMPARATIVO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS Y PROMOCION UTILIZADA PARA DIFUSION CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS E INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Falta de Presupuesto.
- Promoción por medio de:
 - . Folletos.
 - . Programas de mano
 - . Posters.
 - . Volantes.
 - . Periódico interno.
 - . Cartelera universitaria
 - . Agenda Cultural.
 - . Gaceta informativa.
 - . Cartas a directores.
 - . Medios de comunicación - masiva (UNAM)
 - . Panfletas.
 - . Encuestas.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

- Falta de Presupuesto.
- Promoción por medio de:
 - . Folletos.
 - . Programas de mano.
 - . Posters.
 - . Volantes.
 - . Periódico interno.
 - . Carteles.
 - . Agenda cultural.
 - . Gaceta informativa.
 - . Calendarios.
 - . Medios de comunicación - masiva (INVA, IMSS).

3.7.1 CONCLUSION RECURSOS FINANCIEROS Y PROMOCION UTILIZADA POR DIFUSION CULTURAL.

En las instituciones educativas aunque se cuenta con determinado presupuesto no es el necesario en la mayoría de los casos.

En el presupuesto de cada universidad se le da prioridad a cada departamento o área que conforman a la universidad y el último por orden de importancia es el Departamento de Difusión Cultural.

En las instituciones no educativas en su mayoría se encontró con:

- Falta de presupuesto.
- Instalaciones inadecuadas.
- Falta de espacio físico.

Tanto en las instituciones educativas como en las no educativas la promoción se lleva a cabo por medio de los mismos medios: folletos, programas de mano, posters, volantes, periódico, etc.

La promoción y publicidad que se utiliza en algunas universidades es únicamente interno debido a la capacidad y al presupuesto con que se cuenta, en otras universidades como la UNAM es tanto interna como externa.

La promoción y publicidad utilizada por las instituciones no educativas es interna aunque en algunos casos como el INBA utilizan ambas interna y externa.

3.8 CUADRO COMPARATIVO DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS UTILIZADOS EN DIFUSION CULTURAL POR INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y NO EDUCATIVAS.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS.

PROGRAMAS RECREATIVOS:

PROGRAMAS RECREATIVOS:

INSTITUCIONES EDUCATIVAS
PROGRAMAS RECREATIVOS:

- Teatro.
- Pintura.
- Música.
- Escultura.
- Danza.
- Cine Club.
- Festival de la Canción.
- Noches Coloniales
- Conciertos de Música.
- Talleres
- Concursos.
- Artes Plásticas.
- Artes Manuales.
- Recitales.
- Creación Literaria.

PROGRAMAS EDUCATIVOS

- Seminarios.
- Conferencias.
- Exposiciones.
- Mesas Redondas.
- Club de Debates.

INSTITUCIONES NO EDUCATIVAS
PROGRAMAS RECREATIVOS:

- Teatro
- Pintura.
- Música.
- Escultura.
- Danza.
- Cine Club.
- Canto y Coro.
- Círculos de Poesía.
- Conciertos de Música.
- Talleres.
- Concursos.
- Artes Plásticas.
- Artes Manuales.
- Opera.
- Creación Literaria.
- Domingos Culturales.
- Radio y Televisión, la ho
ra de Bellas Artes.

PROGRAMAS EDUCATIVOS

- Seminarios.
- Conferencias
- Exposiciones.
- Mesas Redondas.
- Radio Educación INBA.

3.8.1 CONCLUSION TIPOS DE PROGRAMAS UTILIZADOS POR DIFUSION CULTURAL.

Las actividades de Difusión Cultural llevadas a cabo por los dos tipos de instituciones son básicamente las mismas.

Las principales actividades recreativas son: teatro, pintura, música, danza, cine.

Las principales actividades de tipo educativo son: seminarios, conferencias, exposiciones.

En el caso del ITESM dividen las actividades de Difusión Cultural en tres áreas:

- Area Recreativa: personas que participan como expectadores.
- Area Participativa: personas que toman algun taller o curso.
- Area Representativa: todas aquellas personas que conforman una actividad para presentarse fuera de la unidad.

En el caso de la Universidad la Salle dividen sus actividades en cinco áreas:

- Area Plástica.
- Area Musical.
- Area Literaria.
- Area Corporal.
- Area Comunicación.

C A P I T U L O I V

**PROPOSICION DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL EN LA UNIVERSIDAD
ANAHUAC**

C A P I T U L O I V

PROPOSICION DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL EN LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

4.1 PERSPECTIVA HISTORICA.

La Universidad Anáhuac fundada en 1964, es una universidad privada que en base al estudio, la investigación, la reflexión crítica y la interacción humana, pretende ser catalizador del desarrollo de sus alumnos y, principalmente a través de ellos, contribuir al progreso social del país.

El emblema de la Universidad Anáhuac, basado en la imagen de un tejido en proceso, recoge simbólicamente el trabajo que caracteriza la educación humana y que consiste fundamentalmente en la elaboración de visiones nuevas y progresivamente más complejas de la propia realidad personal y social. A través de los colores contrapuestos, que representan la tierra y el sol, la conciencia de la cultura primogenia del Valle de Anáhuac, que a través del tiempo reconoce un esfuerzo de elaboración que abarca lo humano en toda su extensión.

Vince in bono malum: "No te dejes vencer del mal, vence el mal con el bien" manifiesta, en su calidad de lema universitario, una aspiración institucional que, mediante la unión cada vez mayor de esfuerzos, se logre enseñar a los alumnos a aprovechar todas sus potencialidades de acción positiva.

El hacer universidad, según este enfoque, constituye, para aque -

llos que forman y conforman la Universidad Anáhuac: alumnos, maes tros y autoridades, un reto continuo de superación personal y un requerimiento de disponibilidad para aportar lo mejor de sí a la comunidad universitaria.

Por su ingreso a la universidad el alumno adquiere el compromiso de ser agente activo en su propio desarrollo, aprovechando con in terés las diversas oportunidades de aprendizaje y maduración que la convivencia y actividad universitaria le brindan.

La Universidad Anáhuac cuenta con 13 escuelas:

- Actuaría.
- Contaduría y Administración
- Arquitectura.
- Comunicación.
- Derecho.
- Diseño.
- Economía.
- Administración Educacional.
- Informática.
- Ingeniería.
- Medicina.
- Psicología.
- Administración Turística.

Y las siguientes dependencias:

- Auditorio.
- Biblioteca.
- Cafetería

- Caja.
- Centro de Investigación.
- Centro de Lenguas.
- Centro de Procesamiento de Datos.
- Difusión Cultural.
- Dirección Académica.
- Estadio Universitario.
- Finanzas.
- Información.
- Rectoría.
- Secretaría General.
- Servicios Escolares.

Pasaremos ahora a la descripción de la situación actual de la Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac.

4.2 PROPOSICION DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL EN LA UNIVERSIDAD-ANAHUAC.

4.2.1 ANTECEDENTES.

La organización a la que hacemos referencia en este caso es el Departamento de Difusión Cultural de una universidad grande, la Universidad Anáhuac.

En 1982 se crea el departamento piloto de Difusión Cultural en la escuela de Comunicación y en enero de 1983 y de forma muy preliminar empezaron las actividades para toda la universidad.

Este departamento actualmente está conformado e integrado únicamente por una persona que se encarga de planear, organizar, dirigir y de hacer llegar a la comunidad universitaria, conformada por alrededor de 5000 alumnos, las actividades culturales llevadas a cabo en la universidad.

El departamento ha estado trabajando de esta forma en los pasados tres años.

4.2.1.1 CUESTIONARIO APLICADO.

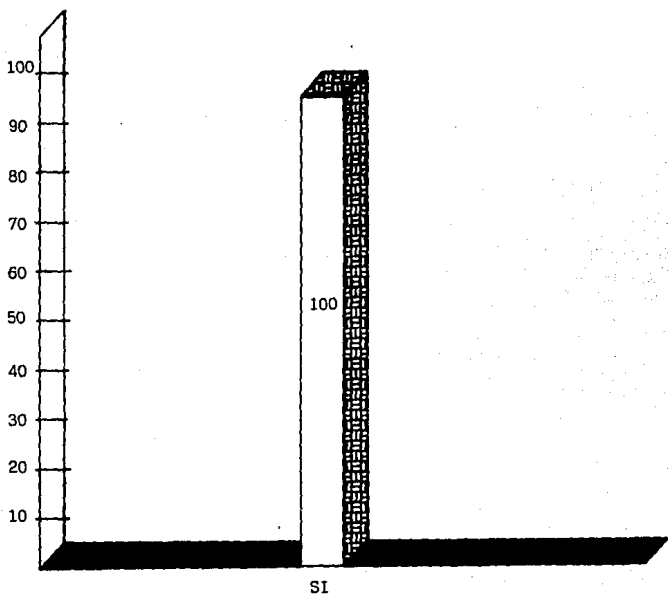
Se entrevistaron a 100 alumnos de las diferentes escuelas que conforman la Universidad Anáhuac para conocer la opinión y actitudes de la comunidad universitaria respecto a la Difusión Cultural llevada a cabo dentro de la misma y las posibilidades que pudiera haber para la creación de un centro bien estructurado dentro de la universidad.

El cuestionario que se aplicó a los alumnos es el siguiente:

1) ¿Sabes si existe un Departamento de Difusión Cultural dentro de la universidad?

SI _____

NO _____ Si es no pasar pregunta 3.



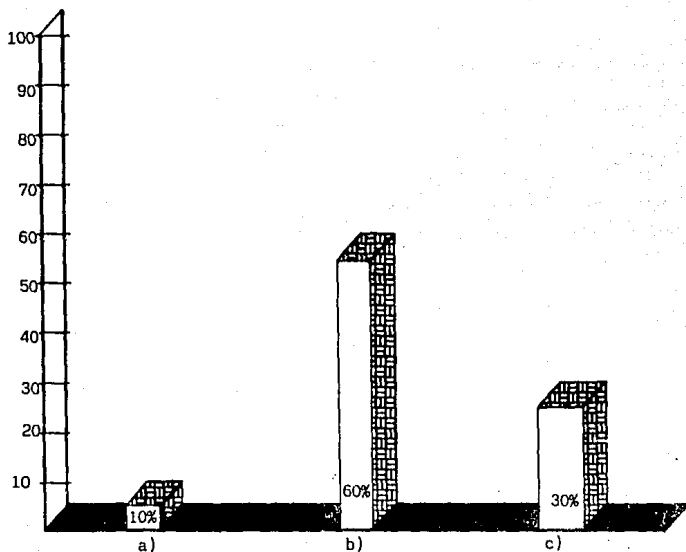
- Conocimiento de los alumnos de la existencia de un Departamento de Difusión Cultural

100 alumnos = 100% de la muestra.

2) ¿Consideras que el Departamento de Difusión Cultural existente es apropiado para cubrir las necesidades y requerimientos de la población estudiantil?

a) Apropiado _____ b) Poco apropiado _____

c) Inapropiado _____



- Grado en que consideran apropiado los alumnos entrevistados -
el Departamento de Difusión Cultural

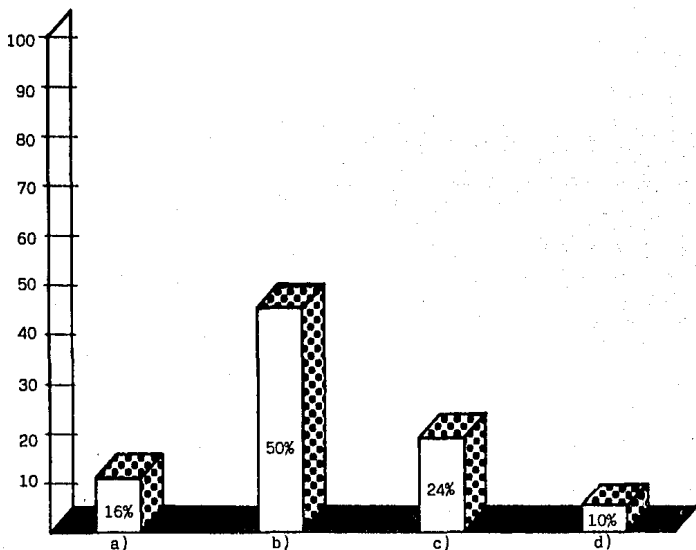
a) 10 alumnos = 10%

b) 60 alumnos = 60%

c) 30 alumnos = 30%

3) ¿Qué tan importante consideras la existencia de un Centro de Difusión Cultural dentro de la Universidad Anáhuac?

a) Muy importante ____ b) Importante ____ c) Ni importante - ni no importante ____ d) Poco importante ____ e) Nada importante ____.



- Grado en que consideran importante, los alumnos entrevistados, - un Centro de Difusión Cultural para la Universidad Anáhuac.

a) 16 alumnos = 16%

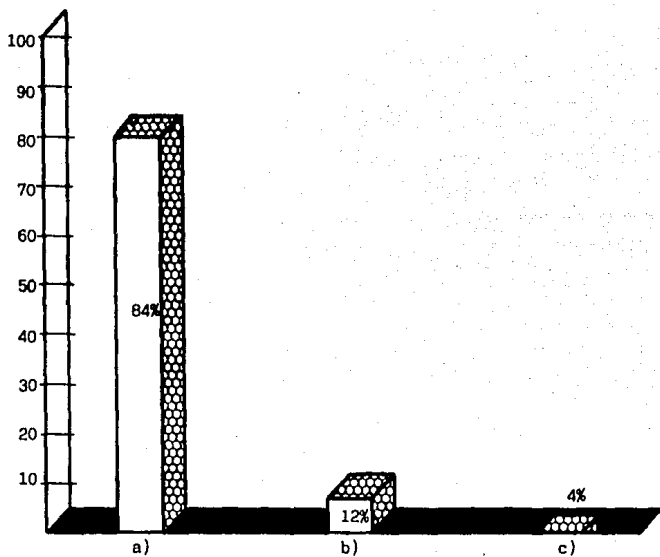
b) 50 alumnos = 50%

c) 24 alumnos = 24%

d) 10 alumnos = 10%

4) ¿Con qué frecuencia asistes a las actividades que Difusión Cultural te presenta?

a) Una o dos veces por semestre ____ b) Tres o cuatro veces por semestre ____ c) Más de cuatro veces por semestre ____.



La frecuencia de asistencia a las actividades de Difusión Cultural por parte de los alumnos entrevistados en su mayoría fué de una o dos veces por semestre.

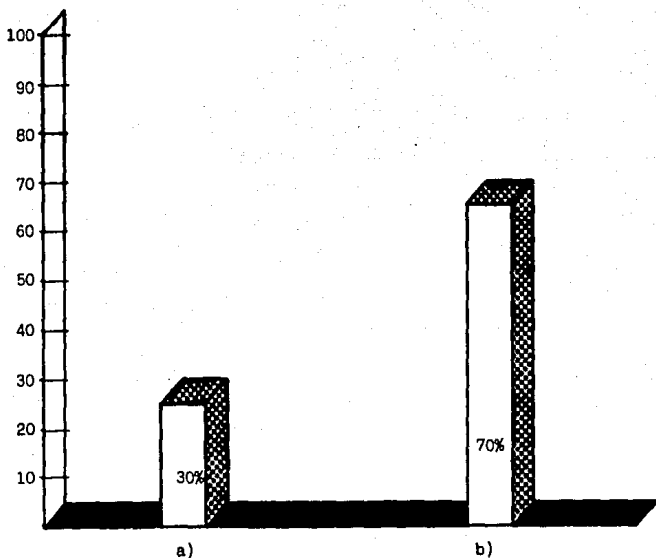
a) 84 alumnos = 84%

b) 12 alumnos = 12%

c) 4 alumnos = 4%

5) A las actividades que asistes normalmente ¿vas porque quieres ir o porque te obligan a asistir?

a) Porque quieres ir ____ b) Porque te obligan a asistir ____.



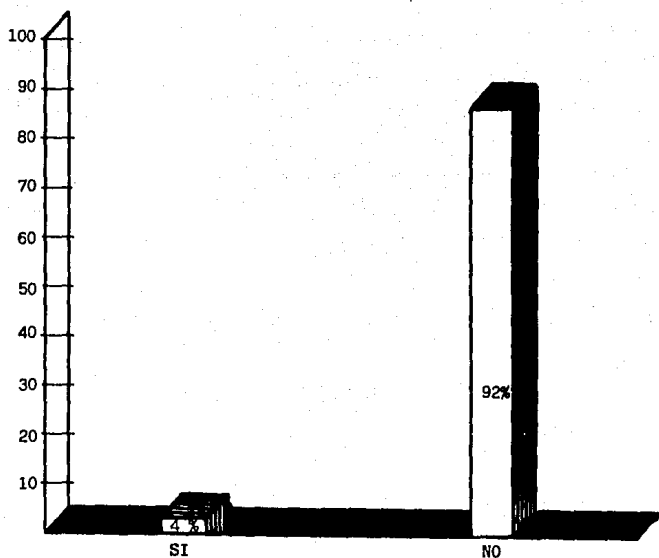
El 30% de los entrevistados asiste porque así lo desea y este porcentaje puede aumentar si al alumno se le conduce y motiva a cultivar su propio desarrollo personal.

a) 30 alumnos = 30%

b) 70 alumnos = 70%

6) ¿Piensas que hay motivación por parte de Difusión cultural hacia los alumnos?

SI _____ NO _____



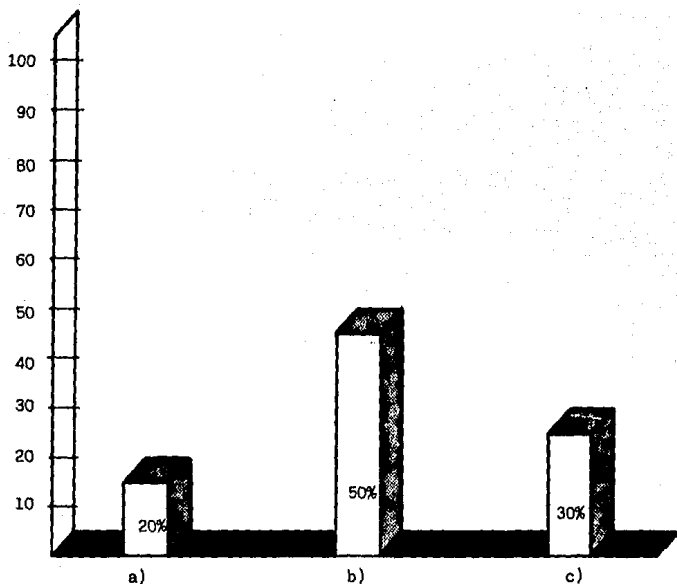
El 4% piensa que la motivación ofrecida por Difusión Cultural es la adecuada.

SI) 8 alumnos = 8%

NO) 92 alumnos = 92%

7) ¿Te parece adecuada la difusión de las actividades presentadas en la Universidad Anáhuac?

a) Adecuada____ b) Poco adecuada____ c) Inadecuada____



El 20% piensa que la difusión de las actividades es la adecuada - el 50% poco adecuada y un 30% inadecuada.

a) 20 alumnos = 20%

b) 50 alumnos = 50%

c) 30 alumnos = 30%

8) ¿Qué tipo de actividades te gustaría que realizara Difusión Cultural por orden de importancia?

a) De tipo propiamente educativo ____

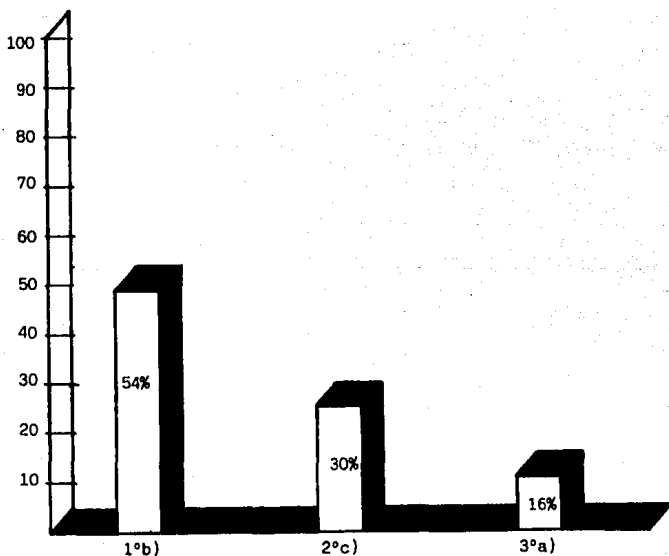
Seminarios, Conferencias, Mesas Redondas, Club de Debates

b) De tipo recreativo ____

Exposiciones, Pintura, Fotografía, Teatro, Danza, Música-Cinéma, Talleres diversos.

c) Actividades Sociales ____

Conciertos de música, Organización cocteles, Festival de la canción, Día Anáhuac, Concursos de fotografía, caricatura o deportivos.

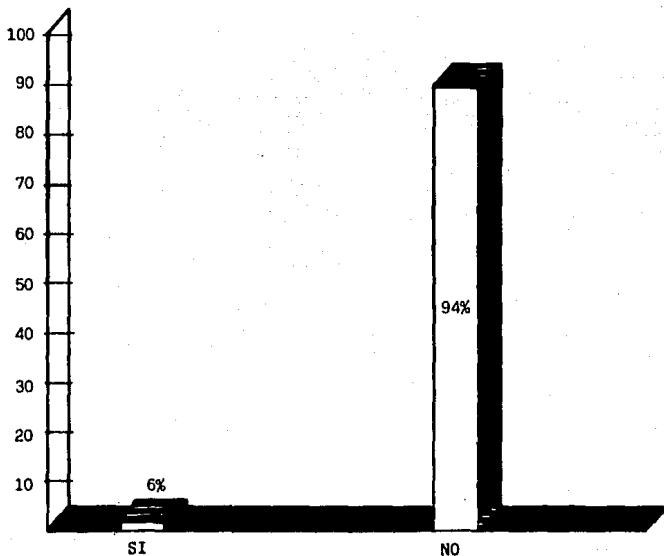


- De los 100 estudiantes entrevistados, 54 contestaron que por orden de importancia primero les gustaría la opción b). Actividades de tipo recreativo.
- De los 100 estudiantes entrevistados 30 contestaron que por orden de importancia en segundo termino les gustaría la opción - c) Actividades Sociales
- De los 100 estudiantes entrevistados 16 contestaron que por orden de importancia y como tercera opción preferirían la opción- a). Actividades propiamente educativas.
- Preferencia de los alumnos por orden de importancia.

1°	Opción b)	54 alumnos	= 54%
2°	Opción c)	30 alumnos	= 30%
3°	Opción a)	16 alumnos	= 16%

9) ¿Participas en la organización de las actividades culturales dentro de la universidad?

SI _____ NO _____



El 6% de los entrevistados participa o colabora en la organización de las actividades culturales.

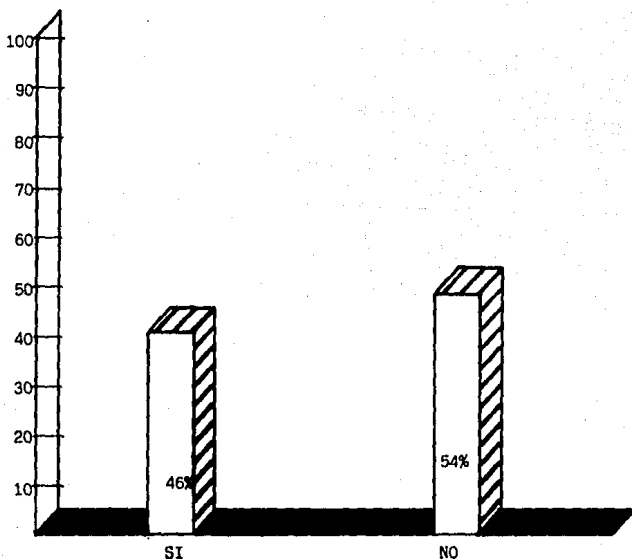
SI) 6 alumnos = 6%

NO) 94 alumnos = 94%

10) ¿Te gustaría formar parte del Centro de Difusión Cultural integrado por alumnos, crear, sugerir y apoyar tu ideología y forma de vivir?

SI _____

NO _____



Al 46% les interesaría formar parte del Centro de Difusión Cultural lo que representa un alto porcentaje.

SI) 46 alumnos = 46%

NO) 54 alumnos = 54%

Con el cuestionario aplicado se detectó lo siguiente:

- En la mayoría de los casos se les obliga a asistir a las diversas actividades llevadas a cabo.
- Falta motivación constante por parte del profesorado o representantes de Difusión Cultural hacia los alumnos en cuanto a las ventajas o beneficios que trae el asistir a actividades extra-curriculares llevadas a cabo en la universidad.
- No todas las escuelas están informadas con la misma intensidad, concentración escuela de Comunicación.
- Falta unión e integración de intereses entre las diversas escuelas.
- Falta mayor difusión de las actividades llevadas a cabo.
- La publicidad se concentra principalmente en la cafetería, debiendo estar dispersa por toda la universidad.
- Publicidad que mucha gente no ve, dar a conocer actividades personalmente.
- El alumno frecuentemente se entera de las actividades después de que han sido llevadas a cabo.
- Presentación de actividades en horas de clase.

- Todos los alumnos entrevistados tienen algún tipo de interés, habilidad o afición, en la mayoría de los casos se inclinan por el deporte.
- Se detectó cierto interés por diversos talleres como: teatro, fotografía, música.
- Los temas de mayor interés son los relacionados con intereses de sus familias como: industria del zapato, del vestido, alimentación, etc., ó intereses personales como: sexo, música, drogadicción, religión y los temas afines a su carrera.

4.2.2 NECESIDADES.

Al encontrarnos con una universidad en crecimiento y que actualmente cuenta con alrededor de 5000 alumnos, nos percatamos de la necesidad apremiante de proponer un Centro de Difusión Cultural, el cual cubra los requerimientos y necesidades de la población estudiantil.

La Universidad Anáhuac concibe su misión en términos de facilitar el desarrollo de una inicial autonomía en el joven universitario, basada en el desarrollo creciente de las propias capacidades y la profundización en el conocimiento de sí mismo, así como la adquisición de los conocimientos y habilidades requeridos para un desempeño profesional al servicio de la sociedad. Por lo tanto pienso que se requiere de un Centro de Difusión Cultural - cuyas funciones primordiales, al igual que la institución univer

sitaria, sean las de la investigación y la docencia; que en el caso de estos subprogramas extensionales, se traducen en investigación sobre el campo de la animación, promoción y difusión de la cultura.

Los departamentos de actividades culturales, siempre se han confundido dentro de los esquemas clásicos de los planteles universitarios, como simples órganos de apoyo técnico audiovisual a los programas académicos y/o simples instancias de coordinación programática y de trámites administrativos.

Por lo general las instituciones educativas consideran la actividad artística como algo valioso, como producto de alta cultura, pero así mismo, se manifiesta hacia el arte una actividad de indolencia, que la relega a tercera o cuarta prioridad, por la supuesta inutilidad del producto artístico, sin percatarse de que el deterioro del nivel académico es, en gran medida, causado por la ausencia de una educación completa que significa la plenitud del ser humano capaz de comprender, crear y transmitir la belleza.

En el caso particular de la Universidad Anáhuac una sola persona por capaz e inteligente que sea no puede cubrir las necesidades de una universidad en expansión. Así mismo se cuenta con un determinado presupuesto para Difusión Cultural, el cual tiene que ir en aumento en función de los logros alcanzados.

4.2.3 DIAGNOSTICO.

Con los antecedentes y las necesidades antes mencionadas se estableció un diagnóstico preliminar:

- 1) Necesidad de desarrollar una unidad de servicio, que se encargue de promover el acercamiento de los alumnos con distintos valores de orden cultural mediante actividades donde al participar encuentre una manifestación de esos valores.
- 2) Necesidad de integrar al Centro de Difusión Cultural por grupos de estudiantes auténticamente interesados en lo que se está haciendo.
- 3) Necesidad de establecer canales de comunicación.
- 4) Necesidad de establecer programa de motivación. La gente ayuda lo que ayuda a crear.
- 5) Necesidad de determinar un programa de evaluación, de seguimiento y comunicación de cumplimientos y resultados. Retroalimentación de experiencias.

4.2.4 ESTRATEGIA.

- 1) Esfuerzos orientados en la integración del Centro de Difusión Cultural con personal capacitado y alumnos auténticamente interesados.
- 2) Establecimiento de objetivos comunes para todos los miembros del Centro de Difusión Cultural con el fin de proponer y lograr soluciones conjuntas e integradas.

- 3) Se realizarán sondeos de opinión y se dialogará con los estudiantes de forma periódica para determinar sus inquietudes y necesidades.
- 4) Se revisará continuamente el avance del logro de objetivos.
- 5) Se realizarán actividades conjuntas entre representantes del Centro de Difusión Cultural, Directores de escuelas y estudiantes a fin de trabajar en las relaciones grupales para obtener mayor colaboración y unión entre las personas que conforman la Universidad Anáhuac.

4.2.5 ACCIONES.

4.2.5.1 FIJACION DE OBJETIVOS.

Objetivos Generales.

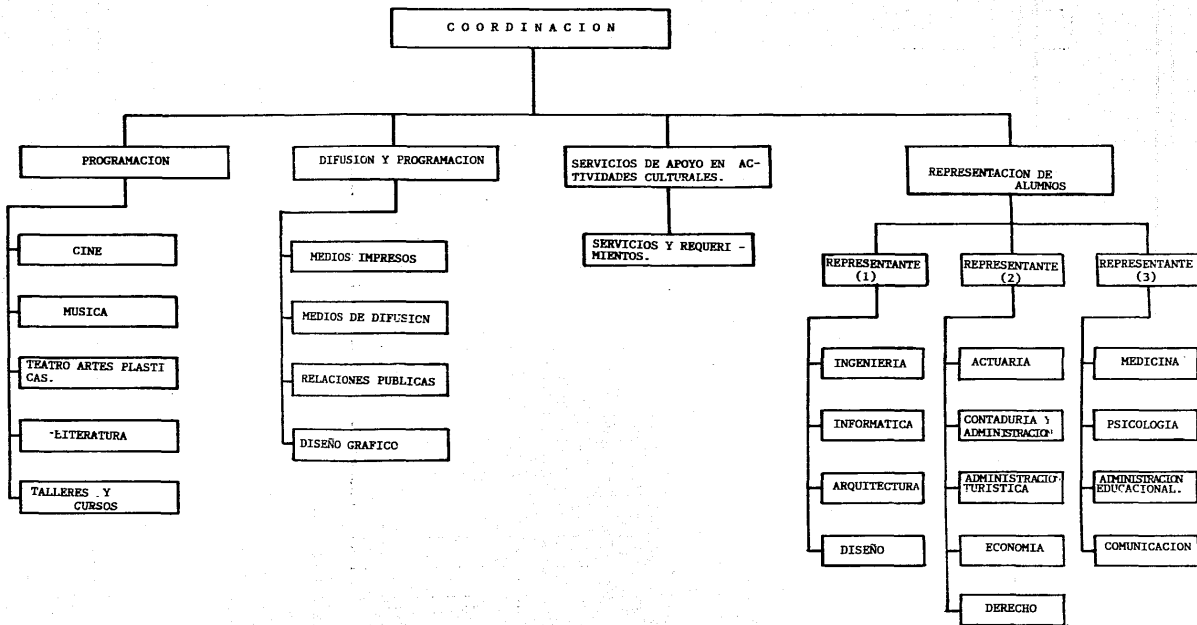
- Establecer una interrelación afectiva de todos los estudiantes entre si, de tal forma que se logre el alma mater.
- Enriquecimiento de todas las actividades humanas para la formación del estudiante, no sólo en su especialidad sino como un complemento de su vida creativa en general.
- Formación de talleres para la actividad efectiva de diferentes actividades.
- Motivar a los alumnos para que tengan intereses de todo tipo:

sociales, políticos, económicos, etc., y que no se les impongan las diversas actividades, sino que se elijan libremente y sirvan de esta forma para un mayor enriquecimiento del espíritu.

- Desarrollar en el estudiante habilidades sanas de comunicación afectiva.
- Lograr que el estudiante conozca y evalúe los principales aspectos artísticos de su propia cultura.
- Establecer en el estudiante una perspectiva razonada y crítica sobre la evolución de la sociedad y de la cultura.
- Proyectar una imagen que respalde la calidad y prestigio de la universidad.

4.2.5.2 ORGANIGRAMA Y DESCRIPCION DE FUNCIONES.

CENTRO DE DIFUSION CULTURAL



4.2.5.2.1 COORDINACION DEL CENTRO DE DIFUSION CULTURAL

OBJETIVO:

Unificar en torno a una política cultural y de acuerdo a lo estipulado por la Dirección de la Universidad Anáhuac, a través del presente Centro de Difusión Cultural, las actividades artísticas y culturales que se generen, o tengan lugar dentro de la misma Universidad, con el fin de "Extender y Difundir la Cultura".

FUNCIONES:

- Coordinar en torno a este objetivo común las actividades de los departamentos, que comprende la coordinación.
- Acordar con la Dirección de la universidad, las políticas a seguir en torno al Centro de Difusión Cultural.
- Organizar, promover, difundir y realizar actividades relativas a Difusión Cultural, dirigidas a la comunidad universitaria.
- Fomentar a través de las actividades artísticas el conocimiento y difusión de la cultura mexicana dentro de un contexto de cultura universal.

4.2.5.2.2 DEPARTAMENTO DE PROGRAMACION

OBJETIVO:

El Departamento de Programación tiene como objetivo, lograr que la

programación del Centro se unifique en torno a la política cultural, acordada con la coordinación del Centro.

FUNCIONES:

- Organizar la programación de espectáculos, cursos y talleres, - en el auditorio de la universidad.
- Coordinar a las diversas áreas que comprende el Departamento en un propósito común: difundir y extender la cultura.
- Dirigir los programas, calendarios y actividades a efectuarse.
- Cuidar el equilibrio en la programación.
- Asegurar el cumplimiento y la revisión de los objetivos, así como coordinar las juntas mensuales entre todos los miembros del Centro de Difusión Cultural para su retroalimentación.
- Atender las necesidades de los grupos, talleres, y artistas a fin de que sean satisfechas por los Departamentos abocados a ellos.
- Solicitar de los Departamentos respectivos la resolución de las solicitudes que les sean presentadas en torno a necesidades: - Técnicas, Administrativas y de Difusión.
- Acordar las políticas a seguir con la Coordinación del Centro.

- Proporcionar a la Coordinación del Centro para su aprobación - la programación.

El Departamento de Programación quedará dividido en las siguientes áreas:

- Cine
- Música
- Teatro-Artes Plásticas
- Literatura
- Talleres y Cursos

Cada área presentará al Departamento sus propuestas de programación, para que la Dirección del Departamento las unifique en torno al proyecto de programación general, que deberá contemplar las necesidades culturales de la población estudiantil.

4.2.5.2.3 DEPARTAMENTO DE DIFUSION Y PROMOCION.

La difusión de actividades es indispensable si se quiere atraer un público regular, que proporcione al Centro de Difusión Cultural recursos que permitan establecer calidad y continuidad en las presentaciones culturales.

Un proyecto cultural en el que no se contemple la difusión y promoción de las actividades llevadas a cabo dentro del mismo resulta totalmente inoperante.

La actividad promocional es básicamente un ejercicio en comunica

ciones. Existe difusión en el momento que hay retroalimentación entre los programas expuestos por la universidad y la participación activa de estudiantes y profesores.

OBJETIVOS:

- Ofrecer una imagen acorde con la política cultural del Centro que represente al mismo y dé a conocer las actividades que entorno a la difusión cultural realice la Universidad Anáhuac.
- Proporcionar al público la información necesaria para que asista a las actividades del Centro, a fin de dar a conocer -- las actividades que en materia de Difusión Cultural realiza la universidad.
- Las actividades de Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac se pretende que sean mejoradas, conocidas, consumidas y aceptadas por un mayor número de personas.

FUNCIONES:

- Establecer de acuerdo con la Coordinación del Centro las políticas de difusión y promoción de las actividades culturales y artísticas.
- Solicitar la elaboración de volantes, carteles y mantas, que difundan las actividades del Centro.
- Cuidar del reparto del material promocional.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- La promoción y publicidad se enfocará con la misma intensidad - en todas las escuelas.
- La publicidad será llamativa y colocada estratégicamente por toda la universidad.
- Cada escuela estará apoyada por un representante del Centro de Difusión Cultural.
- Se contará con un boletín semanal sobre las actividades a efectuarse distribuidas por el representante del Centro de Difusión Cultural en cada escuela.

El Departamento de Difusión y Promoción quedará dividido en las siguientes áreas:

- Medios Impresos
- Medios de Difusión
- Relaciones Públicas
- Diseño Gráfico

Las áreas acordarán con la Dirección del Departamento, las actividades a realizarse e informarán sobre sus resultados.

4.2.5.2.4 DEPARTAMENTO DE SERVICIOS DE APOYO EN ACTIVIDADES CULTURALES .

OBJETIVO:

Facilitar a los otros departamentos las condiciones para la corrección

ta realización de las actividades culturales, proporcionando el apoyo que soliciten en forma directa, o encargándolos con los órganos respectivos de la universidad, a fin de que puedan satisfacer sus necesidades.

FUNCIONES:

- Acordar con la Coordinación del Centro, las políticas a seguir con la asignación de recursos.
- Control del auditorio y salas en lo que a fechas de programación y solicitudes por otros órganos de la universidad se refiere.
- Elaboración y seguimiento de los procesos de contratación del personal adscrito al Centro.
- Control de las inscripciones a los cursos culturales.
- Solicitud de recursos para satisfacer las necesidades del Centro.
- Atender todas las solicitudes de servicios del Centro Cultural para la realización de actividades dentro y fuera del mismo, - si así fuera el caso.
- Proponer y atender solicitudes de los talleres.
- Atender solicitudes de necesidades administrativas para el de-

desarrollo de los cursos culturales y espectáculos.

- Formular de acuerdo con la Coordinación del Centro el presupuesto anual a considerarse por la Dirección de la Universidad.

El Departamento de Servicios de Apoyo en Actividades Culturales contará con la siguiente área:

Area de Servicios y Requerimientos

Esta área presentará a la Dirección del Departamento todo lo relativo al reglamento y manejo de recursos, informará periódicamente sobre el inventario, mantenimiento y situación personal del Centro.

4.2.5.2.5 DEPARTAMENTO DE REPRESENTACION DE ALUMNOS

OBJETIVO:

Representar a cada una de las escuelas que conforman la Universidad Anáhuac con el propósito de hacer llegar a la Coordinación del Centro sus inquietudes y forma de pensar.

FUNCIONES:

- Coordinar la representación del Departamento para lo cual se hará una campaña de elección anual.
- Registrar a sus miembros y canalizarlos hacia el área donde ma-

por oportunidad de desarrollo tengan.

- Desarrollar encuestas de opinión en las que se medirán los avances, logros y fallas de las actividades del Centro de Difusión-Cultural.
- Establecer mecanismos de comunicación de grupos para que las sugerencias, quejas o malos entendidos puedan dialogarse.
- Desarrollar programa de motivación en el que se sondearán y registrarán periódicamente las necesidades y requerimientos planteados por los alumnos, creándose con esto la identidad universitaria.
- Presentar horarios de talleres, hojas de inscripción y duración de los mismos.

El Departamento de Representación de Alumnos quedará integrado de la forma siguiente:

- | | |
|-----------------|--------------------------------|
| Representante 1 | 1. Ingeniería |
| | 2. Informática |
| | 3. Arquitectura |
| | 4. Diseño |
| Representante 2 | 5. Actuaría |
| | 6. Contaduría y Administración |
| | 7. Administración Turística |
| | 8. Economía |
| | 9. Derecho |

Representante 3

10. Medicina
11. Psicología
12. Administración Educativa
13. Comunicación

Las escuelas estarán agrupadas en tres grupos de interés común, - representado cada grupo por una escuela cuya elección será anual.

4.2.5.3 NECESIDAD DE TRABAJAR EN RELACION ENTRE LOS GRUPOS.

La necesidad de trabajar entre grupos se hace patente al tener que llevar las actividades de Difusión Cultural a alrededor de 5000 - alumnos, por lo que se necesita del trabajo de equipo.

Antes de iniciar cada semestre se hará un planteamiento y clasificación de objetivos, intereses y deseos del grupo integrante del - Centro de Difusión Cultural, y se establecerán los siguientes lineamientos:

- . Responsabilidades individuales específicas.
- . Relaciones entre miembros del Centro de Difusión Cultural con - las diferentes escuelas, departamentos y centros de la Universidad.
- . Planes de acción.

- Establecimiento de los mecanismos de comunicación de grupos:
 - . Juntas
 - . Memorándums
 - . Subproyectos
 - . Reportes, etc.

- Exposición de los planes de entrenamiento e inducción para los alumnos y profesores que deseen integrarse al Centro.
- Definición de las juntas periódicas entre los miembros del Centro para retroalimentación.
 - . Encuestas de opinión periódicas entre el alumnado.
 - . Complemento de información y establecimiento de prioridades.
- Solución a los problemas y esclarecimiento de malos entendidos.
- Agenda de trabajo.
- Definición de acciones entre las escuelas, departamentos y centros.
- Enfoque hacia las relaciones interpersonales y hacia la comunicación entre grupos.

4.2.5.4 MANEJO DE CONFLICTOS.

Al efectuarse un trabajo surgen relaciones humanas que originan conflictos entre los miembros de los grupos, y entre grupos con grupos, por lo que, una competencia fuera de orden y luchas estériles de los grupos, afectarían la efectividad del Centro de Difusión Cultural, esto traería consigo la posibilidad de frustración, desánimo y reacciones negativas entre los grupos.

Para evitar esto se efectuarán reuniones mensuales en las cuales:

- Se establecerán comunicaciones
- Se aclararán malos entendidos

- Se establecerán mecanismos de colaboración conjunta.
- Se establecerá ejemplo en la universidad.

El esquema de las reuniones será el siguiente:

- Grupos aislados del trabajo diario pero separados por funciones
- Cada grupo elabora lista de actitudes respecto al otro grupo.
- Presentación mutua de las listas.
- Reunión separada para cotejar información.
- Aclaración de malos entendidos con la información intercambiada
- Concentración y énfasis en los aspectos más importantes.
- Reunión de grupos. Lista de problemas importantes a mejorar.
- El resultado es una actitud positiva y una disminución de competencia inapropiada.

4.2.5.5 MOTIVACION.

Atkinson define la motivación en los siguientes conceptos: "El término motivación se refiere a la activación de una tendencia a actuar para producir uno o más efectos. El término motivación subraya la fuerza final de la tendencia de la acción, que la persona experimenta como un "yo quiero". El propósito particular del estado de motivación momentánea, se define por su situación"-
(6)

La gente apoya lo que ayuda a crear y la motivación representa algo semejante a un motor que impulsa al organismo a actuar. Al ir obteniendo resultados positivos el grupo integrante de Difusión Cultural se mantendrá unido.

(6) Coter C.N. y Appley M.H. "Psicología de la Motivación; Teoría e Investigación" Pág. 676

Con la revisión periódica de objetivos y las reuniones mensuales-habrá comunicación, retroalimentación y motivación mutua. Para poder llevar a cabo un programa de motivación se necesita tener habilidades y conocimientos en:

- Ciencias del comportamiento.
- Investigación y análisis de información
- Manejo de grupos. Actitudes, rechazo
- Administración
- Ecuanimidad
- Actitudes
 - . Positiva, constructiva
 - . Innovadora
 - . Fresca
 - . Conciliadora, todo menos conformista.

4.2.5.6 EVALUACION DEL DESARROLLO DE UN CENTRO DE DIFUSION CULTURAL.

Una vez establecidas las condiciones y requerimientos necesarios para un adecuado desarrollo de un Centro de Difusión Cultural en la Universidad Anáhuac es importante mantener en perspectiva qué se intentó resolver con la implantación de dicho centro.

Se efectuarán reuniones periódicas en las que se medirán desempeño contra objetivos, se detectarán posibles fallas con sondeos de opinión aplicados a los miembros del Centro y a la población estudiantil.

Alcanzar altos niveles de éxito requiere del apoyo y la cooperación de los demás, el método de paso a paso es un recurso inteligente para alcanzar un objetivo, el cual se logra con un programa de seguimiento y comunicación de cumplimiento y resultados.

Es importante resaltar los éxitos obtenidos, así como el dar reconocimiento a quien lo merezca, restablecer prioridades para lo no logrado, mantener vivo el espíritu de cambio, y recordar que nunca se gana cosa alguna con una discusión y que siempre se logran mejores resultados evitándola.

B I B L I O G R A F I A

FERNANDEZ ARENA JOSE ANTONIO
INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
DIRECCION GENERAL DE PUBLICACIONES
MEXICO 1977

ARIAS GALICIA FERNANDO
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS
TRILLAS, 11a. EDICION
MEXICO, 1981

BENNIS WARREN
DESARROLLO ORGANIZACIONAL. SU NATURALEZA, ORIGENES Y PERSPECTIVAS
FONDO EDUCATIVO INTERAMERICANO, S.A.
U.S.A. 1973

BECKARD RICHARD
DESARROLLO ORGANIZACIONAL, ESTRATEGIAS Y MODELOS
FONDO EDUCATIVO INTERAMERICANO
U.S.A. 1983

ARCHILLES DE FARIA MELLO FERNANDO
DESARROLLO ORGANIZACIONAL, ENFOQUE INTEGRAL
EDITORIAL LIMUSA
MEXICO, 1978

SHEIN EDGAR
CONSULTORIA DE PROCESOS, SU PAPEL EN EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL
EL FONDO EDUCATIVO INTERAMERICANO
MEXICO, 1970

CLAUDE E SHANNON Y WENVER
THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION
RENDON HOUSE
NEW YORK, 1975

KATZ Y KAHN
PSICOLOGIA SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES
EDITORIAL TRILLAS
MEXICO 1979

KATZ F. ROZENZWEING J.
ADMINISTRACION DE LAS ORGANIZACIONES
MC. GRAW-HILL
MEXICO, 1979

SHEIN EDGAR
PSICOLOGIA DE LA ORGANIZACION
PRENTICE HALL INTERNACIONAL
ESPAÑA, 1980

C.N. COFER, M.H. APPELY
PSICOLOGIA DE LA MOTIVACION: TEORIA E INVESTIGACION
TRILLAS
MEXICO, 1981