

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Arte Contemporáneas

Prof. Gustavo Cusot  
Gabriela Falconí

María José Aguirre

05/18/12

## **PREDIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN**

### **Historia:**

El Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas se formó en agosto del 2004 cuando los colegios de Comunicación y el de Artes Contemporáneas, que antes estaban separados, se fusionaron en uno solo. El Colegio de Comunicación contenía únicamente las carreras de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Periodismo y Publicidad. Dentro del Colegio de Artes Contemporáneas se encontraban las carreras de Cine y Video y Artes Digitales. Estos dos colegios tenían culturas organizacionales distintas y era necesario que para la fusión de ambos se estructurara a todas las carreras que vendrían a ser parte del COCOA. Por ello, en el verano del 2004 se formó un comité para estructurar el nuevo pensum y los antiguos decanos de ambos colegios se retiraron. Posteriormente, Hugo Burgos asumió el decanato del COCOA y se enfocó en llevar a cabo reuniones con grupos pequeños de profesores y personal administrativo para poder tener un periodo de transición exitoso. Para agosto del 2005 el COCOA ya tenía una estructura sólida. Se estructuraron ocho carreras: Publicidad, Comunicación Organizacional, Periodismo Multimedia, Artes Contemporáneas, Interactividad y Multimedia, Diseño Comunicacional, Animación Digital. Adicionalmente, las tecnologías de Medios Masivos y Diseño de Modas formaron parte del colegio y se crearon las sub-especializaciones en artes escénicas, fotografía e ilustración.

### **Misión:**

El Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas es una comunidad de artistas, comunicadores, educadores y profesionales de medios, que dentro de un ambiente interdisciplinario, están dedicados a formar a los futuros líderes en las áreas de comunicación, diseño creativo y producción audiovisual, y arte contemporáneo.

### **Visión:**

Los miembros del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas piensan que el Colegio debe ser un líder de opinión dentro de nuestra sociedad en las áreas de comunicación y arte; el productor de los trabajos más relevantes e influyentes en las áreas de comunicación y arte; un promotor de alianzas entre la industria y el mundo académico. Finalmente, aspiramos a ser un ejemplo de excelencia en la educación del país.

Al mismo tiempo esperamos que nuestros graduados alcancen posiciones de liderazgo en sus profesiones; sean emprendedores y dueños de sus propias empresas; desarrollen proyectos independientes, y que sean ejemplo de excelencia profesional y/o artística en sus áreas.

Como facultad creemos que podemos alcanzar esta visión a través de la amabilidad, dedicación y colaboración con nuestros estudiantes.

### **Valores y Filosofía:**

Los valores y filosofía de Colegio de Comunicación se basan en la filosofía de artes liberales de la USFQ. Los valores mencionados a continuación no se encuentran plasmados en ningún documento o sitio web de la universidad, pero los pudimos conocer a través de la entrevista con el decano del Colegio, Hugo Burgos. Adicionalmente, la pasión y la creatividad son aspectos que se esperan que estén presentes en cada ámbito del COCOA.

**Visibilidad:** El COCOA busca que todos los trabajos que alumnos y profesores realizan en sus respectivas carreras y áreas, respectivamente, sea proyectado hacia afuera de la universidad mediante exhibiciones, exposiciones, foros, etc.

**Emprendimiento:** El COCOA cree en la necesidad de crear constantemente proyectos innovadores y auto-gestionados y sustentados en donde se evidencia el involucramiento de tanto alumnos, como profesores y coordinadores de las carreras.

**Control administrativo:** En el COCOA existe un control riguroso del pensum, materias, actualizaciones de syllabus con el fin de tener un manejo efectivo de todas las áreas académicas que forman parte del Colegio.

### **Objetivos:**

“Tenemos como objetivo formar líderes en las áreas de comunicación y arte que serán excelentes profesionales en el país y el mundo. Nuestros estudiantes son pensadores críticos que tienen la habilidad de adaptarse a los cambios en sus profesiones, ya sean estos originados por el mercado, la tecnología, o por cualquier otra razón. Al mismo tiempo, nuestros estudiantes serán capaces de desarrollar sus propias empresas y/o negocios, y proyectos independientes que a su vez constituyen un aporte al progreso del Ecuador. Con lo aprendido en nuestro Colegio, nuestros estudiantes serán individuos ejemplares sumamente comprometidos con el desarrollo de la sociedad.

Los trabajos producidos por el Colegio serán estándares de calidad en la industria de comunicaciones y de los circuitos de producción cultural del país.

Los profesores del Colegio serán líderes de opinión en sus áreas de experticia, estarán activamente involucrados en el mejoramiento de los programas académicos, así como de su pedagogía, dedicados a generar proyectos de investigación y fuertemente vinculados con la comunidad.

Finalmente, el Colegio busca posicionarse como una institución líder en las áreas de comunicación y artes y ser reconocida por sus colegas ecuatorianos e internacionales” (COCO A).

### **Normas:**

La primera norma que existe en el COCO A es la de la puntualidad. Los profesores tienen 15 minutos para llegar al aula a partir del inicio de la hora de clase, caso contrario los alumnos pueden abandonar el aula. De igual manera, los estudiantes deben llegar puntuales a sus clases, tres atrasos equivalen a una falta injustificada y tres faltas injustificadas disminuyen una letra en la calificación final del estudiante. Por otro lado, existe otra norma en la que se establece que si un alumno tiene un reclamo referente a la clase debe primero discutirlo con el profesor de la misma. Si no se encuentra satisfecho con dicha respuesta, debe hablar con el coordinador de la carrera y como última instancia, podrá presentar el reclamo por escrito al Decano. Este proceso es necesario con el fin de tener diálogos organizados.

Otra norma que existe en el COCO A es que tanto profesores como coordinadores y personal administrativo deben responder sus correos electrónicos en un plazo de 24 horas, estos correos también deben tener siempre un encabezado con el logo del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. Además, todos los

profesores deben tener abierta su clase en el sistema de D2L y actualizarlo según las necesidades de cada curso.

Adicionalmente, los coordinadores de carrera tienen que asistir a las reuniones obligatorias en el decanato los días martes a las 13:00 horas. En estas reuniones, se discuten actividades a seguir en el COCOA, cuestiones administrativas, cambios en las mallas curriculares, etc. Este colegio tiene como normas todas aquellas que están incluidas en el Código de Honor de la USFQ, como las referentes al registro de materias, plagio y seguridad en el campus. El uso de celular por parte de alumnos dentro de la clase está prohibido.

### **Comportamientos:**

El trato informal y amigable, en muchos casos, entre alumnos y profesores es un comportamiento que se evidencia dentro del COCOA. Adicionalmente, existe un empoderamiento horizontal hacia los coordinadores de carrera ya que ellos pueden tomar decisiones en su área, según su criterio, sin la necesidad de pedir autorizaciones al decano. Ellos tan sólo deben informar con Hugo Burgos y dialogar acerca de los cambios o decisiones que pretenden tomar. Un comportamiento significativo dentro del COCOA es que los profesores a tiempo completo se involucran con el colegio más allá de las horas de clase. Existe un ambiente abierto en donde ellos pueden crear nuevos proyectos, eventos e iniciativas.

### **Identidad Visual:**

La identidad visual del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas no se encuentra sistematizada en un manual de identidad visual. Sin embargo, existe un documento en el que únicamente se establece que se deben respetar las proporciones del log que se muestra allí. En este documento se establece que las piezas comunicacionales que empleen los elementos visuales del COCOA también deben seguir ciertos parámetros previamente establecidos. Por ejemplo, el logo se puede presentar en color gris o con sus respectivos colores corporativos. Además, se debe dejar un centímetro entre el logo del COCOA y de otros auspiciantes. A pesar de que el uso del logo del colegio se encuentra normado se puede ver que en la página de Facebook Cocoa no se emplea el logo oficial.

## Mapa de públicos:

| <b>Público Interno</b> | <b>Sub-público</b>  | <b>Modo de Relación</b>  |
|------------------------|---|--|
| <b>Directivo</b>       | <b>Decano</b>   | Es el vocero del COCOA. Su función es supervisar la coordinación de las 11 áreas académicas y las dos tecnologías del COCOA además de promover la reputación y el prestigio del Colegio.   |
| <b>Alumnos</b>         | <p><b>Alumnos de las carreras:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación Organizacional y RR.PP.</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Periodismo Multimedia</li> <li>• Interactividad y Multimedia</li> <li>• Diseño Comunicacional</li> <li>• Animación Digital</li> <li>• Cine y Video</li> </ul> <p><b>Alumnos de minors:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artes escénicas</li> <li>• Ilustración</li> <li>• Fotografía</li> </ul> <p><b>Alumnos de tecnologías:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de modas</li> <li>• Medios Masivos de Comunicación</li> </ul> | Se busca su participación activa en eventos de colegio, exhibiciones, concursos de empresas. La relación consiste en motivar e informar y mantener una política de puertas abiertas. La relación entre alumnos y profesores o coordinadores es informal. Los alumnos se encuentran sintonizados con la información del colegio, pasantías, ofertas de trabajo. |
| <b>Coordinadores</b>   | <b>Coordinadores de las ocho carreras, tecnologías y minor.</b>   | Los coordinadores de carrera están empoderados para tomar decisiones en su área académica. Tienen contacto directo con el decano de la carrera para alinear los objetivos del COCOA con los de las carreras que manejan. Su principal función es proporcionar asesoría académica a los estudiantes.  |
| <b>Profesores</b>      | <b>Profesores tiempo completo</b>   | Están involucrados con el COCOA y sus actividades. Pretenden enriquecer la formación de los alumnos más allá de las horas clases y proponer nuevos proyectos para el   |

|  |                                    |  |
|--|------------------------------------|--|
|  |                                    | Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.  |
|  | <b>Profesores a tiempo parcial</b> | Se remiten a los coordinadores de la carrera. Su involucramiento con el COCOA es menor que el de los profesores a tiempo completo ya que por sus horarios no siempre pueden asistir a las reuniones generales.   |
| <b>Personal Administrativo y Técnico</b> | <b>Personal Administrativo</b>     | <b>Personal Administrativo:</b><br>El personal administrativo se encarga del control académico interno. Maneja la base de datos de estudiantes, syllabus, control de asistencia y notas. Su trabajo es necesario para reportar a los organismos de acreditación. |
|  | <b>Personal Técnico</b>            | <b>Personal Técnico:</b><br>Personas encargadas de administrar los recursos técnicos del COCOA.  |
| <b>Público Externo</b>                   | <b>Sub-público</b>                 | <b>Modo de relación</b>  |
|  | <b>Alumni</b>                      | Se busca motivar a los ex alumnos a permanecer vinculados con el COCOA, asistir a seminarios y relacionarse laboralmente con los alumnos del colegio.  |
|  | <b>Padres de familia</b>           | Se encuentran desvinculados al COCOA ya que no forman parte de las actividades realizadas dentro del colegio.  |
|  | <b>Medios de Comunicación</b>      | Se busca que los medios cubran los diferentes logros y actividades realizadas por el COCOA.  |
|  | <b>Empresas</b>                    | El COCOA pretende vincular a los alumnos con las distintas empresas para ejecutar proyectos con éstas durante su carrera y para que los alumnos trabajen en las mismas después de su graduación.   |
|  | <b>Otras Universidades</b>         | La relación consiste a invitar a alumnos de otras universidades de carreras afines a las del COCOA a   |

|  |                  |   |
|--|------------------|---|
|  |                  | participar dentro de las actividades y eventos abiertos realizados por el colegio.  |
|  | <b>Colegios</b>  | El objetivo es que el COCOA tenga un buen posicionamiento y que alumnos de colegios que decidan estudiar una de las ocho carreras lo hagan en el COCOA. |
|  | <b>Comunidad</b> | El COCOA busca acercamiento con la comunidad a través de eventos, conferencias y campañas sociales.   |

### **Estrategias utilizadas para cada uno de estos**

#### **Público interno:**

##### **Decano:**

- Realiza media clipping para poder comunicar al público interno cómo los logros y actividades del COCOA tienen incidencia en los medios y en la comunidad. Estrategia que genera un sentimiento de orgullo y pertenencia al Colegio de Comunicación por parte de alumnos, coordinadores, profesores.

##### **Alumnos:**

- Envíos de correos electrónicos: los alumnos reciben un solo mail-Enchúfate a la semana (viernes) con el fin de condensar la información más importante del colegio, y no abrumar con información esporádica a los estudiantes. En el mail de Enchúfate se comunican logros del colegio, ofertas de trabajos, eventos, etc.
- Oportunidad de trabajo: En el COCOA se pretende que los alumnos puedan insertarse rápidamente en el mundo laboral después de su graduación y que adicionalmente adquieran durante sus años de estudio experiencia. Por ello, los coordinadores de carrera envían con frecuencia a los alumnos oportunidades para realizar pasantías en las diferentes áreas. Adicionalmente, se fomenta que los alumnos trabajen en las empresas de los ex alumnos del COCOA.

- Uso de redes sociales: se emplean estratégicamente el Facebook y Twitter del COCOA para mantener a los estudiantes informados acerca de eventos, avisos, programación de Radio Cocoa, etc.
- Eventos: se realizan diferentes eventos con el fin de que los alumnos puedan participar en actividades fuera de clase que aporten valor a su formación. Se realizan talleres, conferencias como Vértice (de diseño), el Neocom, el Calzón Quitado.

#### **Coordinadores:**

- Reunión semanal: se realiza entre los profesores y el decano una vez a la semana con el objetivo de alinear objetivos e intercambiar información sobre las diferentes áreas del colegio.

#### **Profesores a tiempo completo:**

- Manejo eficaz del D2L con el fin de tener un espacio de interacción con los alumnos. Ellos deben tener actualizados los syllabus de clase y los libros de notas con el fin de mantener informados a los alumnos acerca de su desempeño académico.
- Todos los profesores deben emplear el correo institucional de la universidad con el fin de mantenerse en contacto con el resto de profesores, coordinadores y el decano.

#### **Profesores a tiempo parcial:**

- Manejo del D2L en donde se encuentre subido el syllabus y los cuadernos de notas.
- USFQ News: llega a todos los profesores tiempo parcial para que se mantengan conectados con las actividades del Colegio mediante la circulación de información oficial de la USFQ.

### **Público Externo:**

#### **Alumni:**

- Se ha levantado una base de datos de todos los graduados de las diferentes carreras del COCOA con el fin de mantenerlos actualizados sobre la información, actividades del colegio y de motivarlos para participar en seminarios y eventos.
- Se invita a los ex -graduados a enviar la información de donde están trabajando, compartir sus éxitos. Incluso, hay eventos donde ex graduados de cada área

#### **Padres de familia:**

No existen estrategias dirigidas a los padres de familia de los alumnos del COCOA. Hace tres años se realizó la última exposición en donde los estudiantes de los últimos semestres presentaban sus proyectos finales a sus padres y madres, sin embargo, estos eventos dejaron de llevarse a cabo ya que los alumnos no estaban involucrados con esta actividad. Adicionalmente, por el elevado número de alumnos del COCOA la logística de dicho evento se complicaba.

#### **Medios de Comunicación:**

- Se envía invitaciones a los distintos medios de comunicación para que cubran las diferentes actividades realizadas por el COCOA.

#### **Colegios:**

- Presencia del COCOA en eventos como el Quito Fest para promocionarse.

#### **Otras Universidades:**

- Invitaciones a eventos organizados por el COCOA.

#### **Empresas:**

- Se motiva a los estudiantes a participar en concursos convocados por las empresas privadas como Bayer, Coca Cola.

### Comunidad:

- La estrategia es que en cada carrera haya proyectos que tengan "community outreach" y después comunicar todas estas iniciativas tanto internamente como externamente a medios de comunicación.
- A pesar de que COCOA tiene el Facebook un número significativo de alumnos no tiene una participación activa de la gente en su muro ni en sus fotos. La cantidad de personas que ponen "like" en los post del COCOA es mínima.

### Ficha de las herramientas:

#### Cartelera 1:



Esta cartelera se encuentra ubicada en el área de arte y fotografía.

**Título:** No tiene título.

**Tamaño:** 50cmx98cm

#### **Descripción técnica:**

Esta cartelera está hecha en base a corcho, tiene un borde alrededor del corcho de color de madera más oscuro que el color del corcho del fondo de la cartelera. Los anuncios y avisos que están en ésta son de papel bond o papel couche.

#### **Descripción del contenido:**

En general el contenido de esta cartelera son anuncios generales, como por ejemplo "vendo una computadora mac", los eventos próximos de las diferentes

carreras del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas, avisos para que los estudiantes puedan participar en concursos relacionados a diferentes carreras, pero solo del COCOA, como el concurso de "Coca-cola". Además, esta herramienta informa sobre exhibiciones de arte y de fotografía. Por otro lado, la cartelera también tiene información que no está solamente relacionada con el Colegio de COCOA, sino de otras carreras de la universidad.

### Observaciones:

Podemos ver que no todas los avisos que están en la cartelera están pegadas correctamente, es decir que no están centradas ni bien ubicadas, adicionalmente, el espacio no está bien utilizado. Podemos ver que la cartelera se encuentra descuidada, y le falta elementos decorativos para que esta sea más llamativa.

### Cartelera 2:



Esta cartelera se encuentra ubicada en el tercer piso del edificio del Colegio de Comunicación y Arte Contemporáneas.

**Título:** "Animación"

**Tamaño:** 1.83cmx1.10cm

### **Descripción técnica:**

El material que está hecha la cartelera es de corcho, pero se encuentra forrada con una tela verde y tiene un borde de madera de color café claro. Tiene avisos y anuncios de papel periódico, de papel couche y bond.

### **Descripción del contenido:**

En general los anuncios de esta cartelera son de eventos próximos del COCOA, como avisos de la clases de la carrera de comunicación organizacional, de la clase de "eventos y protocolo" como eventos cercanos, por ejemplo "El Fashion Zirkus". Además, notificaciones de logros de estudiantes y alumni en cuanto a su desempeño académico y empresarial de premios que han obtenido o puesto actuales donde se encuentran trabajando. También, informan a los estudiantes sobre becas para maestrías de la comisión "Fullbright", y avisos de diferentes eventos de COCOA para que los estudiantes asistan a estos.

### **Observaciones:**

En las observaciones nos pudimos dar cuenta que el título de esta cartelera no va de acuerdo con el título que dice "animación", ya que es una cartelera que informa en general del COCOA y no solamente de la carrera de animación. También, el título es muy simple no es algo que llama la atención y el tamaño de la letra que utilizan es muy pequeña para ser un título de cartelera. Además, no está bien organizada, ni los avisos se encuentran bien pegados, ni ubicados correctamente.

### **Cartelera 3:**



Esta cartelera está ubicada en el segundo piso alado de la clase de diseño.

**Título:** Sin título.

**Tamaño:** 2.10cmx1.08cm

**Descripción técnica:**

Esta cartelera está forrada con una tele verde, tiene el borde de madera de color café oscuro, y las publicidades que están pegadas y la pequeña nota están impresas en papel bond.

**Descripción del contenido:**

Esta cartelera es utilizada para exhibir los trabajos y proyectos de los alumnos y ex alumnos de la carrera de diseño. Está una publicidad de "Hansel y Gretel" está hecha por un ex alumno, y tiene una pequeña nota que dice que fue hecha para la "Campaña de pan 2012".

**Observaciones:**

No tiene un título que se relacione con el contenido de la cartelera, además la nota donde dice lo que son las publicidades es muy pequeña, casi no se alcanza a ver. No comunica a las personas de lo que se trata. La gente puede llegar a pensar que solamente es publicidad de la empresa "Hansel y Gretel", y no una exhibición de los trabajos hechos por alumnos.

**Cartelera 4:**



Esta cartelera está ubicada en el segundo piso del edificio de COCOA, alado de la cartelera de diseño.

**Título:** Estudio de grabación.

**Tamaño:** 97cmx1.09cm

**Descripción técnica:**

Esta cartelera es parte de la pared, la diferencian pintándolo de color negro, no tiene ningún borde alrededor de ésta. Las placas son la mayoría de vidrio y la otra de madera de color café oscuro.

**Descripción del contenido:**

Son placas de reconocimientos para algunas clases del COCOA por su desempeño y buen trabajo. En la placa azul que está a la derecha, son los nombres de los alumnos que han ganado un concurso de la clase de "taller de medios mixtos". En otra, el agradecimiento de las fundaciones "FEOI" y "Fundación por una vida" para el colegio de comunicación de la clase de "Eventos y Protocolo" por el aporte que obtuvieron.

**Observaciones:**

El título de la cartelera no va de acuerdo con el contenido de esta, no tiene relación con lo que ilustran.

**Cartelera 5:**



Esta cartelera está ubicada en el segundo piso, alado de las clases de diseño.

**Título:** No tiene título

**Tamaño:** 93cmx63cm

**Descripción técnica:**

Esta cartelera está hecha de corcho, y el borde de madera es de color café claro, los afiches pegados son de papel bond y papel cuché.

**Descripción del contenido:**

En esta cartelera hay avisos para que los alumnos puedan participar e informarse acerca de los concursos, como por ejemplo el concurso juvenil de cortometraje y el aviso de "Vértice" para que los estudiantes puedan participar.

**Observaciones:**

No tiene un título para la cartelera, no ocupa el espacio de manera eficaz, ya que hay espacios donde podrían poner más afiches o artículos de interés.

**Cartelera 6:**



Esta cartelera se encuentra ubicada en el segundo piso del edificio de COCOA, está junto a la entrada al baño.

**Título:** No tiene título

**Tamaño:** 90cmx60cm

**Descripción técnica:**

Esta cartelera está hecha de corcho, y el borde de madera que es de color café claro, los afiches pegados son de papel bond y papel couche.

**Descripción del contenido:**

Los afiches de esta cartelera son informativos, por ejemplo de conferencias próximas para los estudiantes del Colegio de Comunicación de la carrera de comunicación organización como es el “Neocom”, y “Vértice” de la carrera de diseño. Al igual, hay afiches de eventos próximos organizados por los estudiantes de comunicación como “Fashion Zirkus”. Incluso, hay avisos de diferentes colegios no solamente del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.

**Observaciones:**

En esta cartelera las tachuelas que son utilizadas para poner los avisos son de diferentes colores cada uno. Además, el espacio dentro de la cartelera no está bien utilizado, ni el orden utilizado para poner esos avisos.

**Cartelera 7:**



Esta cartelera está ubicada en el primer piso a la entrada del edificio del colegio de comunicación.

**Título:** No tiene título

**Tamaño:** 2.20cmx1.00cm

**Descripción técnica:**

La cartelera está hecha de corcho, y tiene un borde de madera alrededor de color café oscuro. Tiene una puerta de vidrio que sirve para cubrirla pero que está rota. Los afiches que se encuentran en esta cartelera son hechos de papel couche o papel bond.

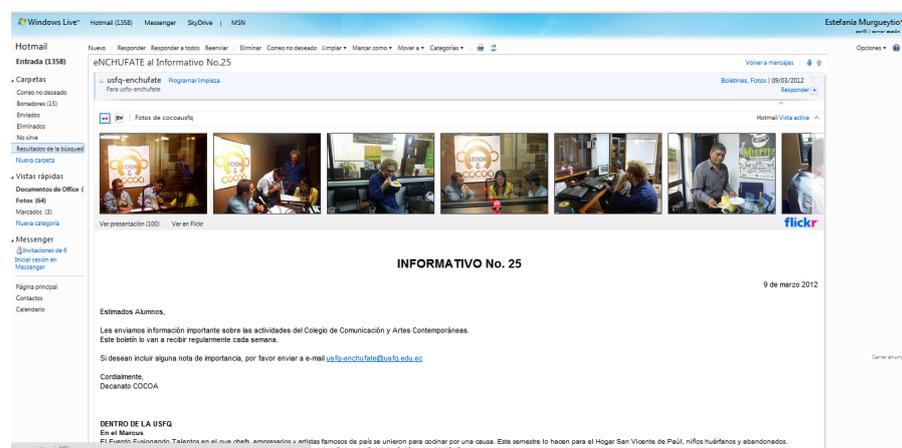
**Descripción del contenido:**

En este cartelera hay anuncios de todo tipo, podemos ver que hay desde avisos de personas que venden una computadora hasta las promociones de diferentes eventos y exhibiciones que se van a llevar acabo próximamente, no solamente del COCOA sino también de otros colegios. Además, hay afiches de concursos que los alumnos puedan participar que son hechas por empresas privadas.

**Observaciones:**

Podemos ver que la puerta de vidrio de la cartelera está en mal estado, ya que está rota y solamente cubre una parte de esta cartelera. Además, muchos de estos afiches están pegados con tachuelas de diferentes colores.

**Nombre: Enchúfate**



**Descripción Técnica:** Correo electrónico de dos páginas utilizado para informar al público interno del COCOA acerca de las actividades más relevantes del colegio.

**Descripción del contenido:** Información de próximos eventos, exposiciones, concursos, logros de alumnos, ex alumnos y profesores. Adicionalmente, se incluyen fotografías para representar y dar a conocer fechas importantes dentro del COCOA como es el primer aniversario de Radio COCOA.

**Observaciones:** Este mail es enviado a los correos personales de cada uno de los estudiantes y no al correo institucional de la USFQ. Este mail se envía únicamente los días viernes con el fin de condensar la información más relevante y no abrumar a los estudiantes con demasiada información.

**Nombre: USFQ NEWS**

**Descripción Técnica:** mail interno de información oficial de la USFQ que llega a profesores, coordinadores, decano y personal administrativo y técnico.

**Descripción del contenido:** La información enviada en estos correos electrónicos es general e incluye temas desde los logros académicos, nuevos requisitos de los organismos de educación hasta anuncios como vendo un perro.

**Nombres: Correo institucional:**

**Descripción Técnica:** Correo electrónico personalizado para los estudiantes de la universidad.

**Descripción del contenido:** Correos con información académica, como por ejemplo, notificaciones para que los estudiantes puedan revisar sus notas, plazos para registrarse. La mayoría de profesores utilizan esta herramienta para informar los alumnos acerca de deberes, proyectos e información de su carrera.

**Nombre: Facebook**



**Descripción Técnica:** COCOA en Facebook no tiene una fan page, sino una página de usuario personal. Tiene a 2093 amigos.

**Descripción del contenido:** En su perfil de Facebook COCOA tiene información general acerca del colegio, por ejemplo COCOA = Pasión y Creatividad. Además, tiene fotos de afiches informativos y anuncios sobre próximos eventos, exhibiciones, seminarios, por ejemplo, el Seminario de Comunicación (NEOCOM).

**Observación:** La cuenta es manejada simultáneamente entre twitter y Facebook. No existe participación de otros usuarios, el flujo de información es mayoritariamente unidireccional.

## Nombre: Twitter



**COCOA USFQ** @COCO AUSFQ  
 Quito, Ecuador <http://cocoa.usfq.edu.ec>  
 Followed by gaby du, NOE Sushi Bar, Gabriela Torres and 10+ others

6,633 TWEETS | 199 FOLLOWING | 846 FOLLOWERS

Follow View more Tweets →

**COCOA USFQ** @COCO AUSFQ 4h  
 Debes Cachar Esto! Marzo 2012 - Una vez más, te contamos todo lo que Debes Cachar en este mes de Marzo... [ow.ly/1hZlBR](http://ow.ly/1hZlBR)

**COCOA USFQ** @COCO AUSFQ 5h  
 #radiococoa Debes Cachar Esto! - Marzo 2012: Una vez más, te contamos todo lo que Debes Cachar en este mes de Marzo... [bit.ly/gCBQa](http://bit.ly/gCBQa)

**COCOA USFQ** @COCO AUSFQ 5h  
 Ficcionario - hoy a las 22:00, te leemos los mejores cuentos de la literatura universal como nunca imaginaste. Lee [ow.ly/1hVY19](http://ow.ly/1hVY19)

**COCOA USFQ** @COCO AUSFQ 10h  
 #radiococoa Ficcionario: Hoy a las 22:00, te leemos los mejores cuentos de la literatura universal como nunca im... [bit.ly/wZq46](http://bit.ly/wZq46)

## Descripción Técnica:

El Colegio de comunicación (COCOA) tiene 846 seguidores, 6633 tweets y sigue a 199 personas.

**Descripción del contenido:** En el twitter de COCOA la mayoría de tweets que existen son referentes a la programación de Radio COCOA. Adicionalmente, se publican tweets en el momento en que se llevan a cabo diferentes eventos o se anuncian pensamientos de distintos profesores del COCOA relacionados a temas de interés común. También se publican fotos que ilustran las actividades del colegio.

### **Conclusiones del pre diagnóstico:**

- El COCOA no tiene publicada su historia, valores y filosofía en su página web a pesar de que durante la entrevista el Decano nos la presentó.
- En cuanto a las normas, manejan un procedimiento riguroso y sistematizado. Estas normas se comunican a los estudiantes mediante el syllabus y el manual del estudiante. A los profesores, coordinadores y personal administrativo y técnico se les comunica estas normas en el proceso de inducción, reuniones personales.
- El empoderamiento horizontal que tienen los coordinadores de cada carrera para tomar decisiones en sus respectivas áreas académicas permite que exista menos burocracia y más participación por parte del público interno para la creación de nuevos proyectos. Esta es una de las estrategias de comunicación efectivas usadas con este público interno.
- No existe una sistematización de la identidad visual en un manual del COCOA.
- De acuerdo con el Decano del COCOA, uno de los problemas comunicacionales más relevantes que existen es la falta de participación por parte de los estudiantes en concursos y exhibiciones.
- Las estrategias que utilizan varían dependiendo de su público. Es decir, para los profesores incentivan a que generen proyectos que van más allá del aula y que proporcionen valor a su currículo y a la universidad. Para los alumnos las estrategias están direccionadas a involucrar a los alumnos en exhibiciones, ferias, seminarios y en ofrecerles pasantías y oportunidades laborales.
- El número de seguidores de COCOA en Twitter no es muy grande tiene tan solo 846 seguidores.
- En conclusión podemos darnos cuenta que no todas las carteleras tienen título, o un título que vaya de acuerdo al contenido de la cartelera. Los títulos utilizados para algunas carteleras son muy sencillos y simples, el tamaño de letra no es la adecuada para ser un título de cartelera.
- Hay algunas carteleras que están en mal estado, no hay personas encargadas del cuidado y actualización de algunas de estas.
- Los afiches y anuncios que se encuentran en las carteleras no utilizan el espacio eficazmente, y no están pegados de manera recta y correcta, mucho

de los anuncios tienen tachuelas de diferentes colores en las esquinas de estos.

- Además, también hay carteleras que se encuentran muy cerca y tienen algunos afiches iguales a la de las carteleras alado de las otras. En general, los anuncios pegados en las carteleras están en buen estado, no están rotos ni machados, y son legibles.

## **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN**

La dirección de la Comunicación Interna en cualquier organización ocupa un papel determinante para cualquier planeación estratégica de una organización. Cabe recalcar que su gestión es una tarea bastante compleja, ya que cualquier institución está conformada por individuos sociológicamente diversos, con distintas expectativas, visiones e ideologías. Este trabajo analiza la Comunicación Interna dentro del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito, comprendida desde la percepción de sus públicos internas, así como el uso de las herramientas y los canales de comunicación existentes.

### **1.- Objetivos de la Auditoría**

#### 1. 1- Objetivo General:

Conocer, analizar y medir la eficacia de las acciones y herramientas de Comunicación Interna del COCOA.

#### 1.2 – Objetivos específicos:

- Estudiar y analizar la imagen percibida del COCOA
- Analizar las diferentes herramientas de comunicación utilizadas por los públicos internos y su grado de eficacia.
- Estudiar y analizar las maneras de comunicarse entre los diversos públicos internos, ya sea de manera horizontal, vertical o transversal.
- Comprender la percepción de los públicos internos relacionado a la información que se transmite dentro del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.

#### 2.- Métodos y técnicas:

El proceso de auditoría tiene 4 fases: la recolección, selección, análisis y evaluación de la información, a través de un método cualitativo y cuantitativo.

La metodología contemplada para la investigación está basada en encuestas segmentadas para cada público interno. Cabe recalcar que la mayoría de las preguntas son cerradas, con la excepción de algunas interrogaciones establecidas en modo abierto, para comprender de mejor manera la percepción de los públicos sobre la gestión de Comunicación Interna en el COCOA. El cuestionario contiene 20 preguntas.

Se utilizó una muestra de 177 estudiantes, 77 profesores (tiempo parcial y tiempo completo), así como los 10 Coordinadores de las carreras que ofrece el COCOA. La investigación se desarrolló desde el día lunes 5 hasta el viernes 9 de marzo.

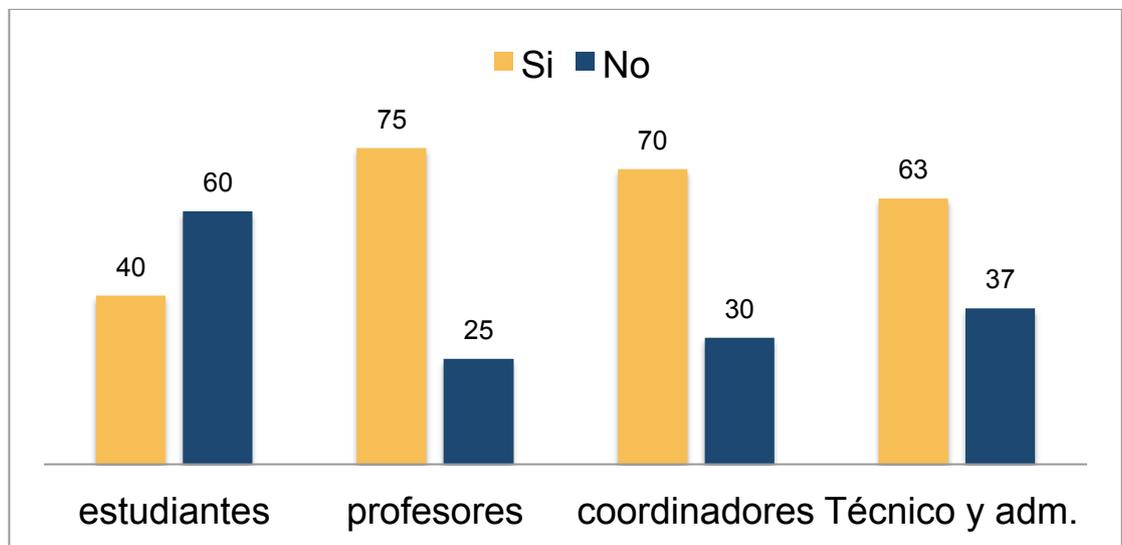
Además, en el proceso cualitativo de la investigación, obtuvimos una entrevista con el Decano del Colegio de Comunicación, Hugo Burgos. En ésta, pudimos acceder a información sobre temas como las herramientas de comunicación del COCOA, diversas normas y comportamientos establecidos, así como los principales problemas que Burgos consideraba necesarios para su mejora.

De esta manera, los objetivos planteados para esta investigación guardan referencia con el estado de la Comunicación Interna en el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. (COCO A). Específicamente, buscamos lo siguiente:

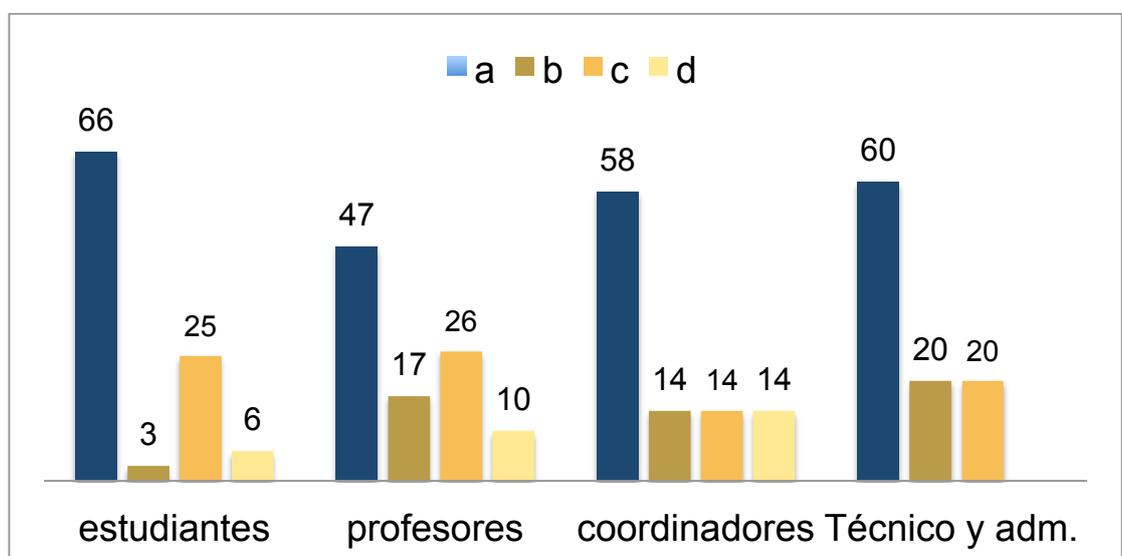
- Estudiar y analizar la imagen globalmente percibida del COCOA
- Analizar las diferentes herramientas de comunicación utilizadas por los públicos internos y su grado de eficacia.
- Estudiar y analizar las maneras de comunicarse entre los diversos públicos internos, ya sea de manera horizontal, vertical o transversal.
- Comprender la percepción de los públicos internos relacionado a la información que se transmite dentro del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas.

## Presentación de datos

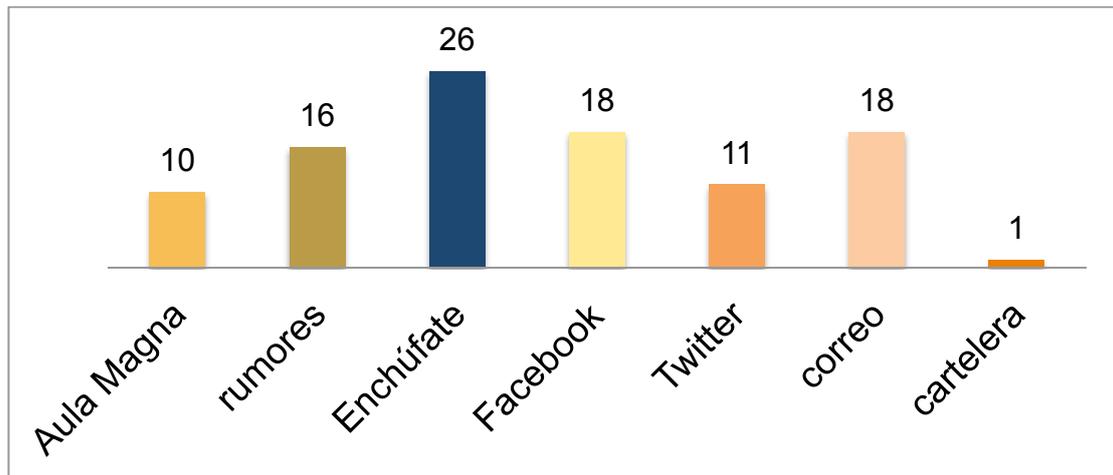
Conoces, ¿Cuál es la misión del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA)?



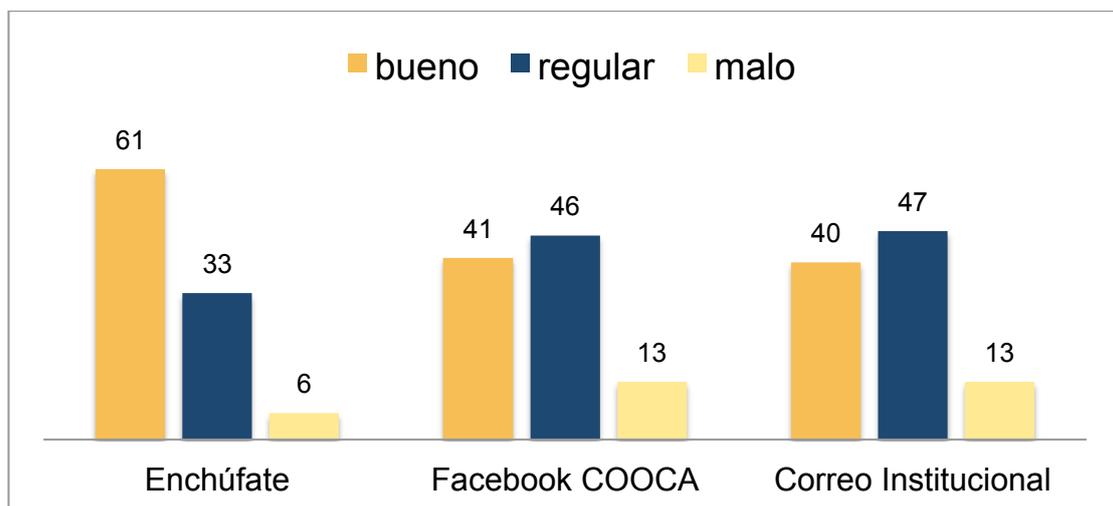
Escoge una de las siguientes opciones y señale con una X la opción que corresponda a la **MISIÓN** del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA).



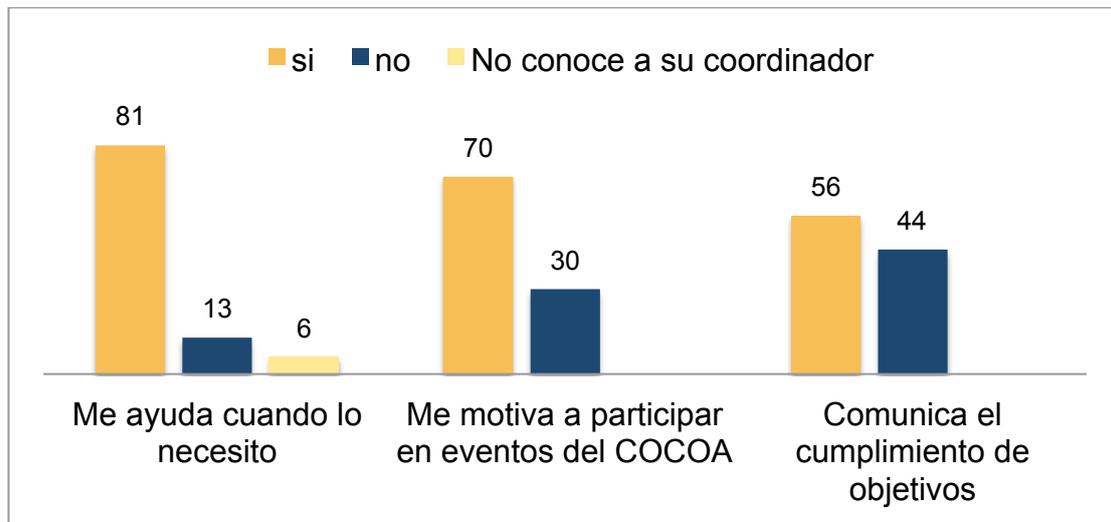
Señala las 3 herramientas de comunicación principales por las cuales te informas diariamente sobre el trabajo del COCOA



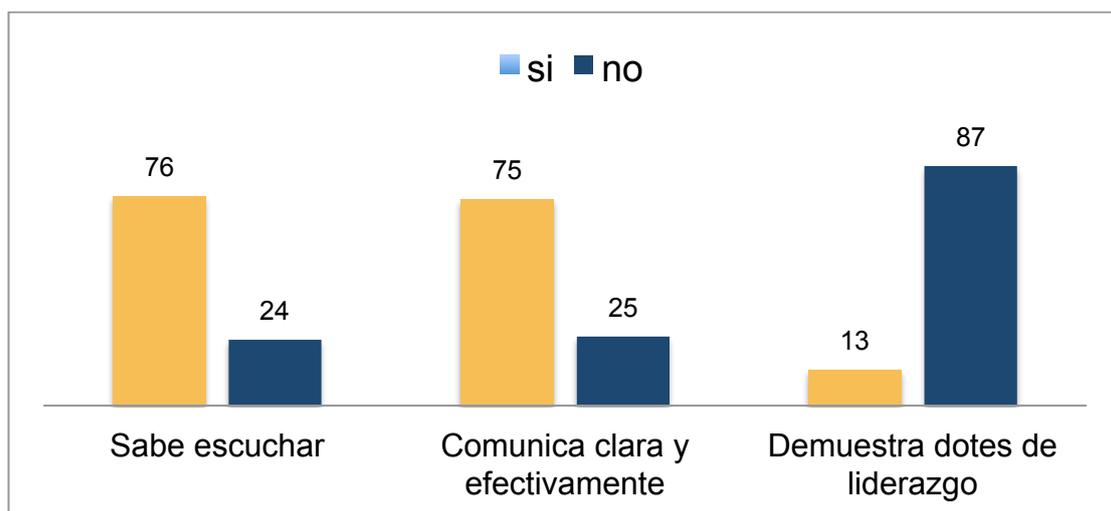
Califica –marcando con una x- las siguientes herramientas de comunicación según su grado de eficacia.



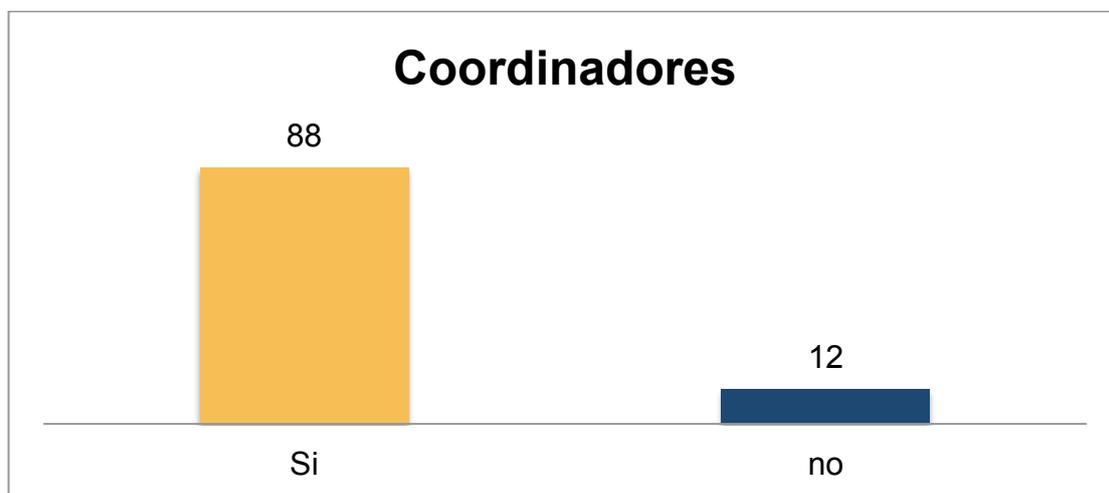
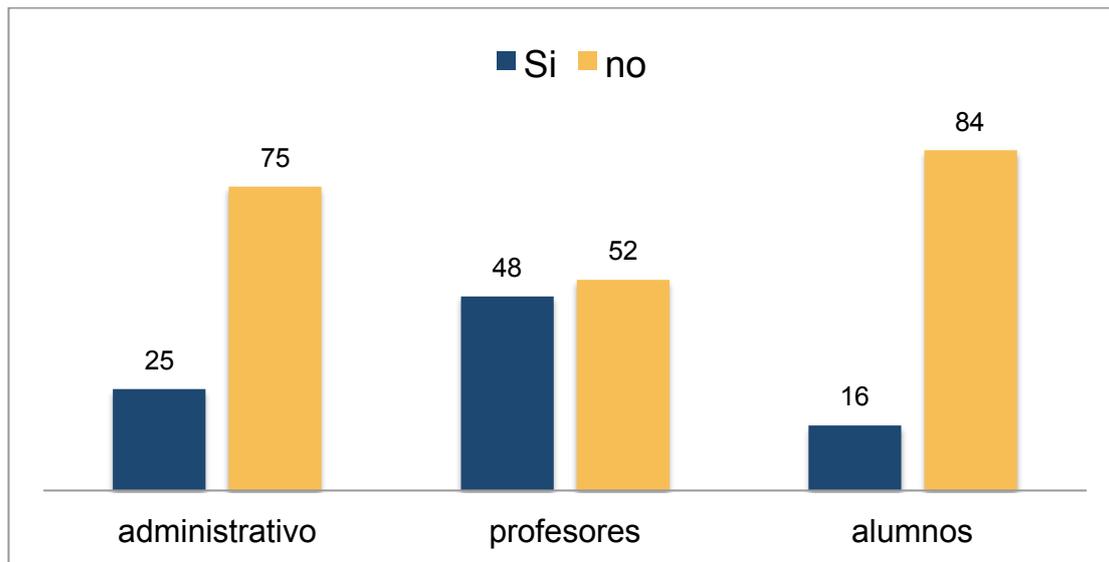
Por favor, señala tu grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el Coordinador de tu carrera.



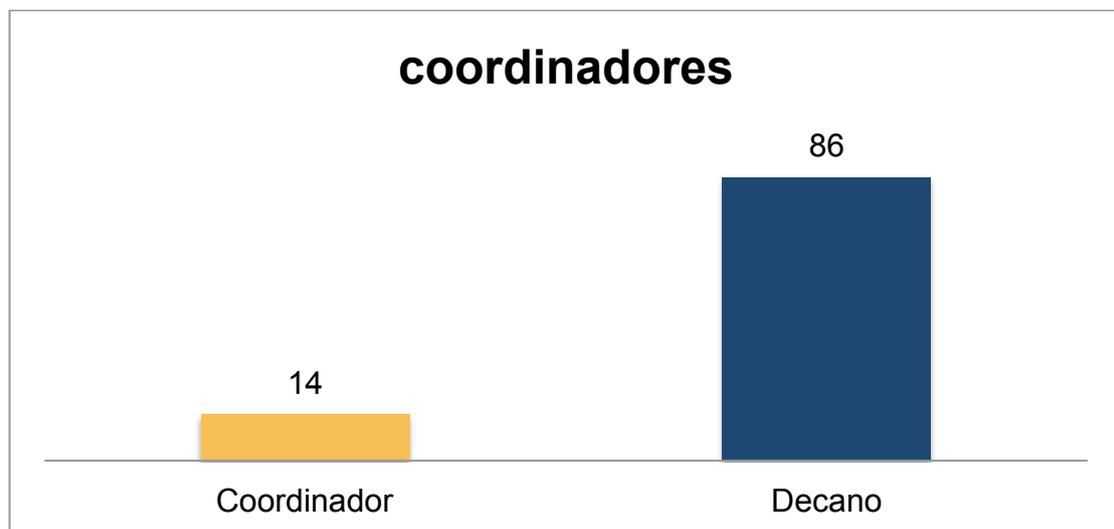
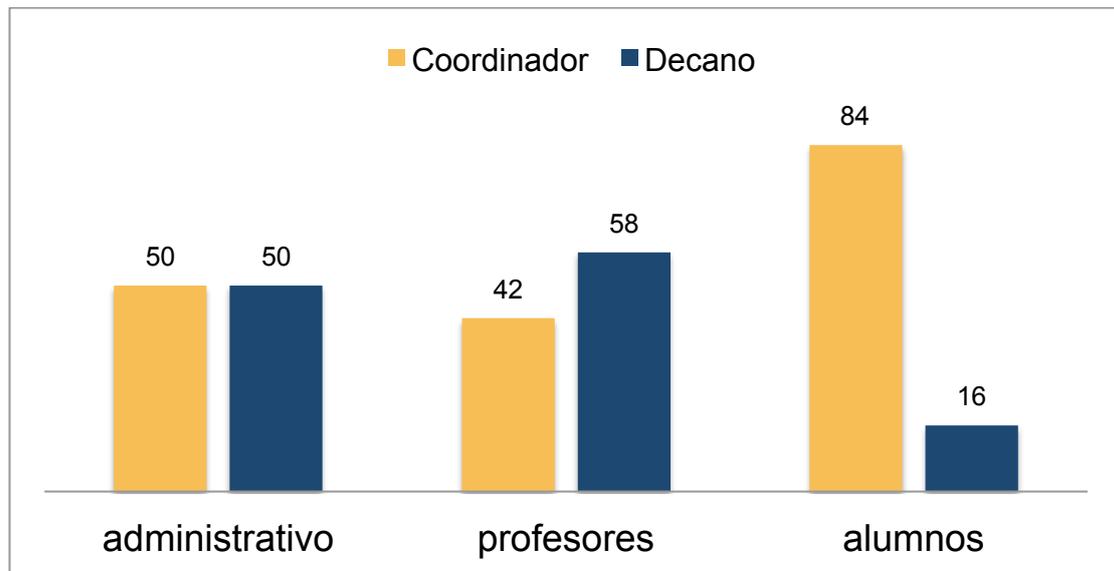
Por favor, señala tu grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre las habilidades del Coordinador de tu carrera.



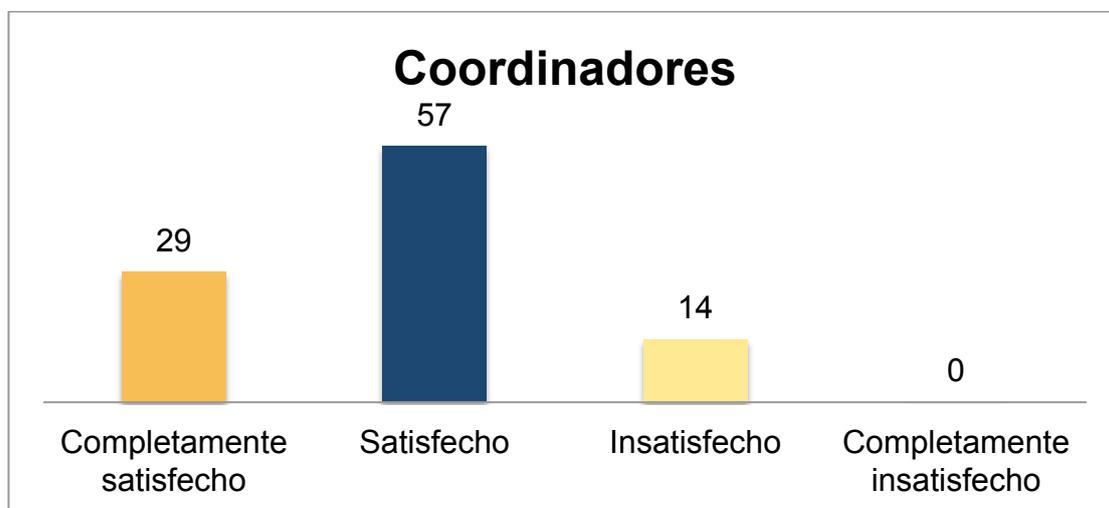
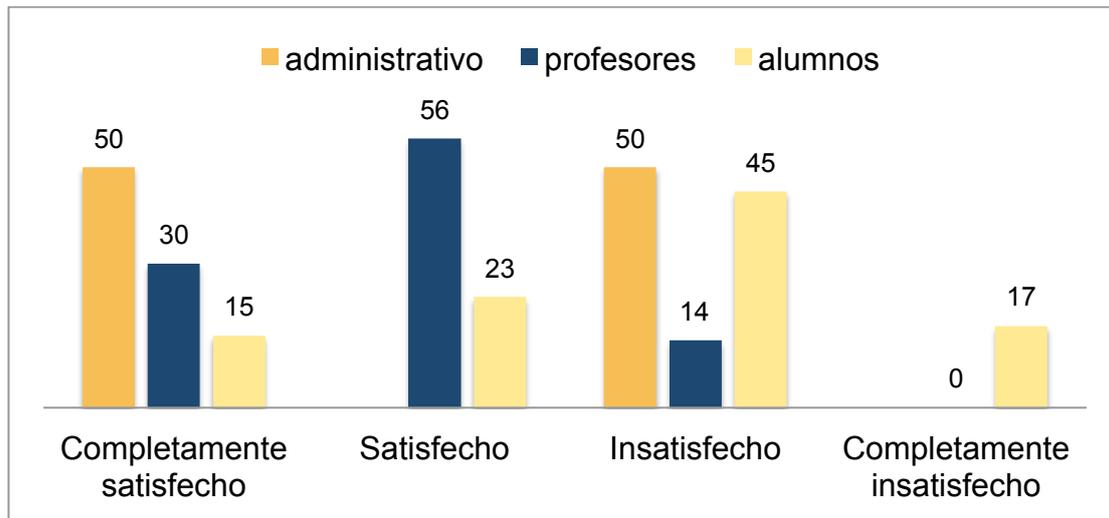
¿Has realizado alguna sugerencia a la dirección del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas?



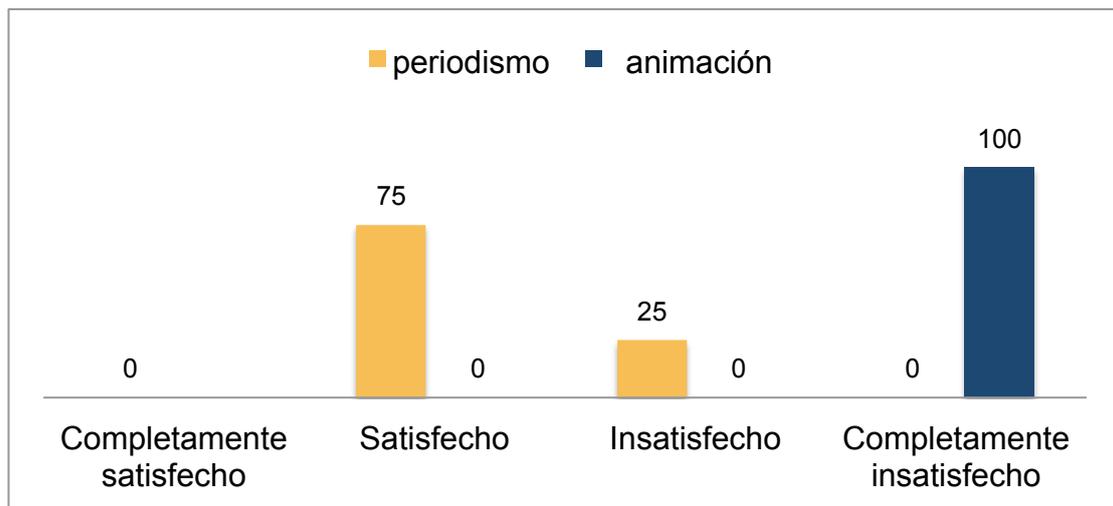
¿A quién has hecho las sugerencias?



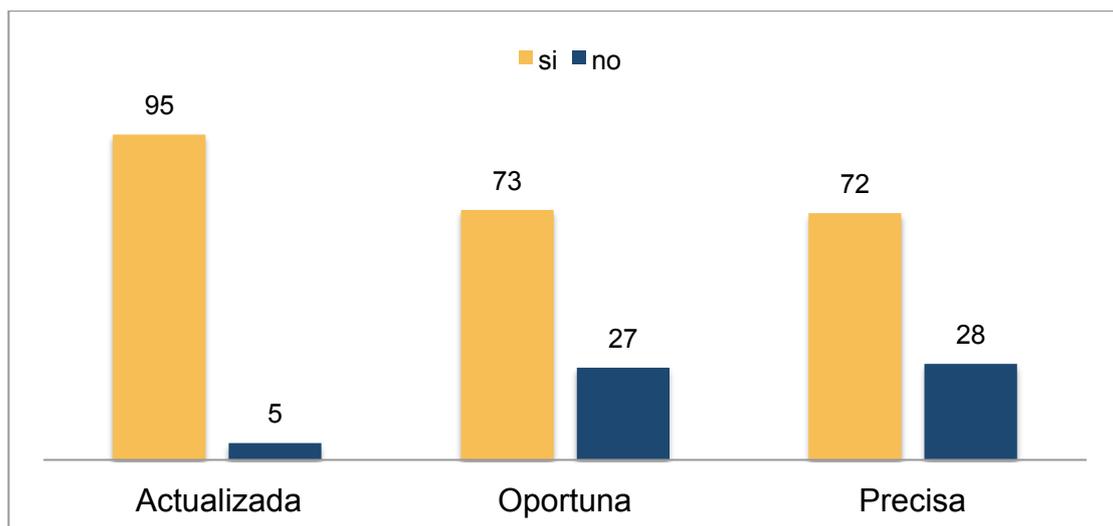
¿Qué tan satisfecho/a quedaste con la respuesta?



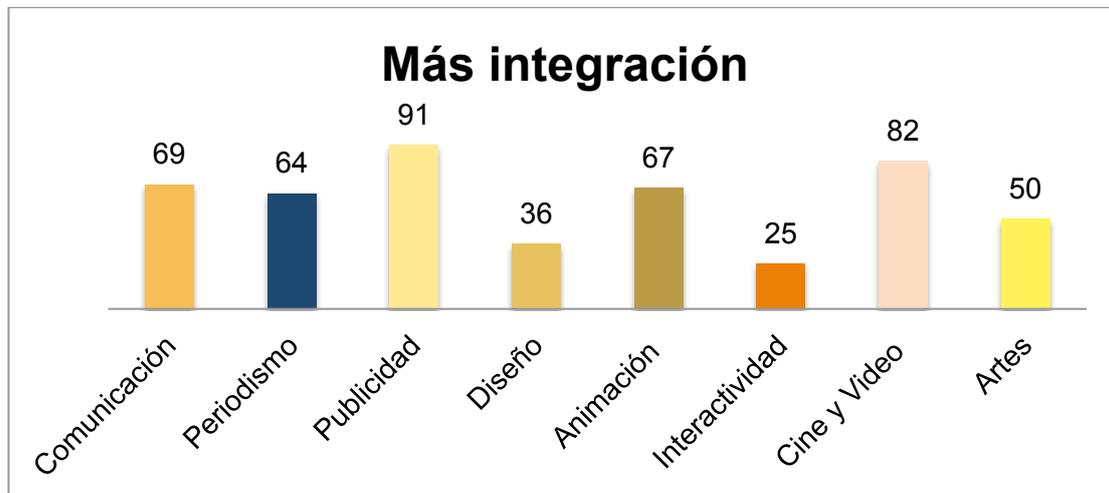
¿Qué tan satisfecho/a quedaste con la respuesta?



Marca con una X, aquella posición que mejor califique la información oficial emitida por el COCOA.



Alumnos - Coordinador



## Conclusiones por Área

### Estudiantes:

- Las herramientas de comunicación más utilizadas por los estudiantes son valoradas positivamente, a excepción del Correo Institucional, valorado como una herramienta regular. Éstos son: Boletín Semanal ENCHÚFATE (61 % calificación BUENA), Facebook COCOA () y el Correo Institucional (47 % calificación REGULAR). Por ello, creemos que los canales de información cuyo soporte físico se encuentra en lugares de interrelación con diferentes carreras del COCOA son calificados de mejor manera.
- El desconocimiento de la Misión es una circunstancia generalizada. En cuanto a los alumnos, un 60 % de los encuestados la desconoce. Debemos recordar que la misión es un elemento poderoso de identidad, para fomentar la cultura organizacional.
- La valoración de la comunicación ascendente entre estudiantes y coordinadores es evaluada positivamente (Un 81 % sienten que su coordinador les ayuda cuando ellos lo solicitan y un 87 % creen que su coordinador posee dotes de liderazgo). Sin

embargo, los problemas en este tipo de Comunicación surgen ya que es sumamente bajo el porcentaje de alumnos que han realizado sugerencias al COCOA (84%)

- La información oficial transmitida por el COCOA es valorada de manera sumamente positiva. Dentro de las categorías establecidas (actualizada, oportuna, precisa, necesaria, suficiente y fiable), todas fueron calificadas en un rango alto. Para ser más precisos, el 95 % de los alumnos consideran a la información transmitida como actualizada. Por otro lado, un 71 % de los alumnos consideró que la transmisión de la información es necesaria.

### **Administrativos**

- Las herramientas de comunicación oficial más utilizadas, como USFQ News y Enchúfate son evaluadas como 100 % eficaces, lo cual quiere decir que dicho público interno se encuentra sumamente satisfecho con la manera en que se transmite la información en el COCOA.

- Pudimos observar que el personal del COCOA tiene un sentido de pertenencia considerable, principalmente porque les interesa conocer acerca de nuevos proyectos (24 %), así como de la realización de talleres y seminarios (25 %)

- El personal administrativo y técnico mantiene relaciones positivas con su superior inmediato, lo cual es un índice importante para favorecer el clima laboral. Concretamente, un 88 % de los encuestados consideró que su jefe/a lo ayudan cuando él/ella lo necesita y un 77 % consideran que sí se respetan sus horarios fuera de la Universidad, lo cual es un aspecto a resaltar para procesos relacionados a la conciliación laboral.

### **Profesores**

- Los profesores reclaman una comunicación personalizada con sus coordinadores. Por ello, un 66 % considera que cualquier anuncio personal deberá ser realizado mediante reuniones personales.

- La información relacionada a las oportunidades académicas, como por ejemplo becas o posgrados para profesores son altamente valorados por este público interno (25 %). Además, la formación extracurricular es sumamente valorada (30 %).

- Existen ciertas áreas de conocimiento donde los profesores sienten que sus coordinadores no conocen de cerca su trabajo. Por ejemplo, en la carrera de Cine y Video, un 65 % aseveró que su coordinador no conoce bien su trabajo.

### **Coordinadores**

- Las reuniones personales de los Martes son consideradas relevantes para la alineación de objetivos, además de estar informados sobre aquellas actividades de otras áreas. Dicha información la obtuvimos con la entrevista al decano, Hugo Burgos.

- El hecho de que la mayoría de correos que los coordinadores reciben diariamente son información del decano refleja que la comunicación descendente fluye de manera positiva. Dicha información fue proporcionada por el Decano y se sustentó con las encuestas realizadas.

- Los coordinadores evalúan las diversas habilidades de liderazgo de su decano positivamente (80 %). Esto es importante ya que desde la dirección se generan aspectos relevantes de la cultura organizacional.

- A diferencia del resto de áreas, la comunicación ascendente es gestionada de manera efectiva (88 % ha realizado una sugerencia y el 57 % quedó satisfecho/a). Esto quiere decir que la comunicación ascendente en niveles medios y altos de la organización es favorable.

### **Problema Comunicacional: Fallas en Comunicación Ascendente**

Pudimos constatar que existen ciertas falencias dentro de la Comunicación Ascendente. Dicha aseveración se sustenta principalmente por el escaso número de estudiantes y profesores que han realizado sugerencias al COCOA. Es más, un 84 % de los estudiantes y un 75 % de los profesores no lo han hecho. A pesar de ello, la Comunicación Ascendente entre Coordinadores y Decano es positiva (un 88 % ha realizado sugerencias a la Dirección del COCOA).

Además, debemos recalcar que la percepción general de los alumnos hacia sus coordinadores es bastante positiva (Un 73 % de los alumnos considera que su Coordinador está dispuesto a escucharlos, además de motivarlos para participar en diferentes eventos y seminarios del Colegio (70 % de los alumnos). Por otro lado, los

coordinadores y el decano del COCOA poseen dotes de liderazgo, tanto para estudiantes (74 %), así como para el Personal Administrativo (100 %).

La emisión de mensajes a niveles superiores es sumamente importante, por lo que podrían suscitarse problemas como la falta de retroalimentación para que, tanto coordinadores como el decano, conozcan las necesidades de sus alumnos. Además, la comunicación ascendente mide de cierta manera el clima imperante en la organización, para así enfrentar problemas como el bajo rendimiento estudiantil o las quejas en torno a diferentes aspectos que conforman el COCOA. Asimismo, la gestión adecuada de la Comunicación Ascendente podrá empoderar a los alumnos o profesores para tomar decisiones a través de la provisión de ideas y sugerencias.

### **Problema Comunicacional: Falta de integración entre los públicos internos del COCOA.**

Con el objetivo de tener respuestas más concretas sobre los aspectos a considerar en cuanto a las relaciones entre los públicos internos del COCOA, pudimos constatar que una sugerencia recurrente era el hecho de mejorar las relaciones humanas. Por ejemplo, un 61 % de los alumnos, considera que las relaciones humanas y la integración son un factor a mejorar en su relación con sus respectivos coordinadores. Debemos recordar que el desarrollo de la comunicación a través de canales informales entre los diversos públicos de cualquier organización, fomenta la integración y el sentido de identidad.

### **Problema Comunicacional: Escaso involucramiento de los estudiantes en actividades extracurriculares**

Son diversos los talleres y seminarios que organiza el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas para sus alumnos. Por ejemplo, el Taller NeoCom para los estudiantes de Comunicación Organizacional o la Bienal de Diseño Comunicacional "Vértice". A pesar de ello, a través de la entrevista con Hugo Burgos, Decano del COCOA, pudimos concluir que existe un escaso involucramiento de los alumnos. Burgos señaló que dicha problemática afecta principalmente en dos frentes: los estudiantes no alimentan su currículum y el Colegio no tiene la debida notoriedad entre los públicos externos. Además, la Coordinadora de Comunicación Organizacional, Gabriela Falconí, aseguró que la Carrera de Comunicación

Organizacional ofrece becas para el Seminario Internacional NeoCom y apenas un 10 % aplicó para éstas. Asimismo, el Decano del COCOA aseveró que el Colegio se preocupa por la organización de diversos talleres como una estrategia para diferenciarse de otros Colegios, tanto de la Universidad San Francisco de Quito como de otras universidades ecuatorianas.

**Problema Comunicacional: Desconocimiento de ciertos elementos de identidad del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

Elementos como la misión o la visión en cualquier organización son sumamente importantes para diversos aspectos relacionados con los procesos de identidad. Dichos elementos son fuerzas impulsores importantes para saber cómo se realiza el trabajo en cualquier institución. Además, permiten crear una cultura institucional, para poder cumplir metas establecidas y evitar conflictos entre los miembros internos. Por ello, consideramos que el hecho de que no se conozca la misión del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas es un problema comunicacional. Por ejemplo, un 70 % de los alumnos encuestados señalaron que no conocen la misión. Además, un 63 % del Personal Administrativo aseveró que conocía la misión del COCOA pero sólo un 60 % supo ubicar la opción correcta. Consideramos que la identidad refleja las variables más importantes del comportamiento organizacional, por lo que será un dato importante a considerar.

## **Anexos:**

### 1. Modelo de Encuestas

## **Referencias:**

- Burgos, Hugo, Ph D. Entrevista personal. 02/02/2012.
- COCOA USFQ. n.f. Extraído el 10 de Marzo de 2012 desde <http://www.usfq.edu.ec/Academico/COCOA/Paginas/COCOA.aspx>.

