

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



RONNY DAVID MELÉNDEZ PINZÓN

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2,011

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“GUÍA ESTUDIANTIL COMO DOCUMENTO INDISPENSABLE PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.
Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

RONNY DAVID MELÉNDEZ PINZÓN

Previo a optar el título de
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Otto Roberto Yela Fernández

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2,011

CONSEJO DIRECTIVO

M.A. Gustavo Bracamonte Cerón

Director

Licenciado Axel Santizo

Secretario

Licenciado Julio Moreno

M.A. Fredy Morales

Representantes Docentes

Licenciado Luis Armando Pavel Matute Iriarte

Representante de los Egresados

Adriana Castañeda

Milton Lobo

Representantes Estudiantiles

M.A. Otto Roberto Yela Fernández

Coordinador E.P.S. Licenciatura

M.A. Elba Oneida Rodas Hernández

Supervisora E.P.S. Licenciatura



Guatemala, 28 de octubre de 2011.

M.A. Otto Yela
Coordinador
E.P.S. Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetable M.A. Otto Yela.

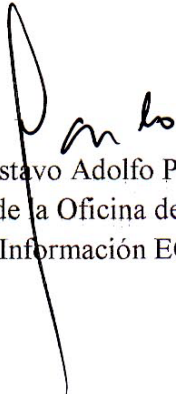
Reciba nuestro saludo cordial de parte de la Oficina de Comunicación e Información -OCI-, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC-.

La presente Oficina, hace constar que de acuerdo a la solicitud recibida en esta coordinación académica se le ha brindando la oportunidad de realizar su Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura al estudiante: RONNY DAVID MELÉNDEZ PINZÓN, quien se identifica con el número de carné 1993-19431, inscrito actualmente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Quiero informarle que se realizó la práctica de acuerdo al programa establecido realizando 800 horas de práctica a partir del 28 de febrero y finalizando el 27 de octubre de 2011, con el proyecto realizado "GUÍA ESTUDIANTIL COMO DOCUMENTOS INDISPENSABLE PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ECC-USAC". Con el horario de regular de 15:00 a 20:00 horas de lunes a viernes, firmo y sello en una hoja membretada en fecha 28 de octubre de 2011.

Me suscribo de usted.

Atentamente,


M.A. Gustavo Adolfo Pardo Pérez
Coordinador de la Oficina de Comunicación e Información ECC.





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 8 de noviembre de 2011

Estudiante:
Ronny David Meléndez Pinzón
Carné: 199319431
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "GUÍA ESTUDIANTIL COMO DOCUMENTO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Otto Yela
Coordinador EPS Licenciatura



DEDICATORIA

- A DIOS: Por ser fiel a mi vida y darme la sabiduría necesaria para culminar este proyecto con excelencia. A ti la honra Padre.
- A mi Abuela: Elisa Barrios de Pinzón
Gracias por acompañarnos en los momentos más difíciles de nuestra vida y cuidarnos con amor. Te quiero mucho.
- A mis Padres: Rigoberto Meléndez Argueta
Rosa Pinzón Barrios de Meléndez
Gracias por brindarme su amor incondicional y más cuando estuve hospitalizado, me dieron el aliento para no abandonar mi sueño de graduarme. Los amo, les dedico este triunfo.
- A mis Hermanos, cuñada y sobrinas: Arq. Erick Roberto, Ing. Elmer Saúl y Arq. Nelson Ronal.
Wilma Lorena. Alison Rubí y Dayra Yaslim.
Su ejemplo, lucha y dedicación motivaron mi espíritu. Gracias Neels por compartirme los conocimientos necesarios de diseño para finalizar este proyecto con excelencia.
- A Jóvenes Adultos: Fráter Gracias a mis pastores y liderazgo de la Red 35, en especial a Jorge y Edgar por demostrarme que el liderazgo se proyecta en 360 grados.
- Célula Sector C-1: Al Ingeniero Carlos Quiroa. Me enseñaste cómo se multiplica un grano de mostaza por medio de células. Te veo en el cielo “brother”.
A todos los que integran C1, chicos hoy les predico con el ejemplo.
- A mis amigos: Lic. Álvaro Colaj, Julia López, Evelyn Archila, Alexander Recinos, Licda. Arana, Licda. Aceituno. Fam.: Escobar Tzul y López Escobar.
- A mi Asesores: M.A. Gustavo Pardo, por confiarme la elaboración, diseño y diagramación de este magnífico proyecto estratégico comunicacional que contribuirá a la vida universitaria de la comunidad ECC.
M.A. Otto Yela, por permitirme participar del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura ha sido una experiencia renovadora.
- A mis familiares: Comparto este triunfo con humildad y cariño, gracias por su apoyo.
- A la ECC - USAC: A mi alma Mater y a la ECC les agradezco haberme brindado los altos valores y conocimiento que hoy forjan mi vida profesional. Ahora me uno con orgullo a los cientos de profesionales que egresan de las filas de la Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala.

ABSTRAC

INSTITUCIÓN:

NOMBRE: Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. -ECC-

OFICINA DE PRÁCTICA EPS: Oficina de Comunicación e información. -OCI-

PROYECTO:

“GUÍA ESTUDIANTIL COMO DOCUMENTO INDISPENSABLE PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”.

SINOPSIS DEL TRABAJO

La “Guía Estudiantil” de la ECC fue elaborada como un proyecto estratégico comunicacional realizado dentro del programa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura para el fortalecimiento de la ECC. Es a través de la Oficina de Comunicación e información que se elaboraron los materiales adecuados (la “Guía Estudiantil”, campaña publicitaria “El tiempo vuela”, diversos artes y documentos solicitados) y con divulgación de la información mediante los canales de comunicación pertinentes que se encuentran disponibles actualmente para la OCI ECC. Debido a los problemas detectados durante el diagnóstico realizado al grupo objetivo siendo estos todos los estudiantes inscritos en el año 2011, se estableció mediante la técnica de muestreo probabilístico de la muestra (195 estudiantes encuestados) conociendo el total de la población (5,433 estudiantes inscritos), dando como resultado datos estadísticos que fueron analizados, detectando dos problemas patentes para esta comunidad como lo son: la falta de información y los malos hábitos (dejar todo trámite a última hora). Por tal motivo -OCI- ha comisionado al epesista designado para que planifique, elabore y ejecute una campaña publicitaria que sea estratégica y comunicacional, con el propósito de anular todo tipo de excusas que plantean por los estudiantes cuando realizan sus trámites a última hora. La creación de la “Guía Estudiantil” de la ECC, traerá como

beneficio la optimización del tiempo y recursos económicos de cada estudiante, además abolir el desgaste de las relaciones interpersonales que se dan entre estudiantes y personal administrativo. Con base en los datos estadísticos se confirma que el 96% de los estudiantes ven la necesidad de recibir la Guía en formato impreso y que también se encuentre disponible en la página Web ECC. Con respecto a la campaña publicitaria “El tiempo vuela”, el análisis de resultados permitió conocer mediante datos estadísticos proporcionados por el departamento de Control Académico que reflejaron el éxito alcanzado, donde se observó que un 99% de los estudiantes realizó el trámite de la segunda asignación de curso por semestre según el tiempo establecido (en el año 2010, un 65% se asignó con tiempo) y para el presente año un escaso 1% falló al dejar su asignación a última hora (en el año anterior el 35% falló), aludiendo su responsabilidad con la conocida excusa “olvide la fecha de asignación”.

CONCLUSIONES

Las estrategias comunicacionales planteadas durante el EPS de licenciatura permitirán una mejor comunicación entre estudiantes y personal administrativo que contribuya a una mejor formación universitaria. Los proyectos realizados también beneficiaran a los estudiantes de primer ingreso a la ECC, con el propósito de continuar elevando el nivel académico para una vida universitaria de excelencia y responsabilidad.

RECOMENDACIONES

Que las autoridades y personal correspondiente al sistema de informática proceda a la unificación de las páginas Web existentes, para crear un solo canal de divulgación de la información de manera oficial con el propósito de eliminar toda clase de desinformación y así erradicar las excusas constantes que presentan los estudiantes por la necesidad de estar informados. Esto contribuirá a restablecer las buenas relaciones interpersonales que actualmente se encuentran dañadas.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. DIAGNÓSTICO	4
3.1 Institución:	4
3.1.1 Ubicación Geográfica	5
3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas	6
3.1.3 Origen e Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	7
3.1.3.1 Nuestro Logotipo de la -ECC-	11
3.1.3.2 Mural conmemorativo por el Cincuentenario de la Revolución de oct.1944.	13
3.1.3.3 Historia de la Oficina De Comunicación e Información -OCI-	18
3.1.4 Departamentos o dependencias de la institución:	19
3.1.4.1 Consejo Directivo	19
3.1.4.2 Dirección General de la ECC	20
3.1.4.3 Coordinación Comisión de Extensión	21
3.1.4.4 Coordinación Académica	22
3.1.4.5 Coordinación de Planificación	22
3.1.4.6 Centro de Estudios de Comunicación –CEC-	22
3.1.4.7 Coordinación de la Comisión de Tesis	23
3.1.4.8 Coordinación Plan de Autoformación a Distancia –PAD-	23
3.1.4.9 Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Carreras Técnicas	24
3.1.4.10 Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura	24
3.1.4.11 Agencia de Publicidad “Lagencia”	25
3.1.4.12 Periódico “Tiempo”	26
3.1.4.13 Estudio de Locución Profesional	27
3.1.5 Misión	30
3.1.6 Visión	31
3.1.6.1 Valores	31
3.1.7 Objetivos Institucionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	32
3.1.8 Objetivos Específicos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	33
3.1.9 Público Objetivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	33
3.2 El problema Comunicacional.	33
3.3 Técnicas de Recolección:	34
3.3.1 Observación (antecedente histórico de elaboración de Guías de la ECC)	35
3.3.2 Documentación	36
3.3.3 Internet	36
3.3.4 Entrevistas a Profundidad:	37
3.3.4.1 Despacho del Señor Director ECC	37
3.3.4.2 Oficina de Comunicación e Información –OCI –	38
3.3.4.3 Auditorium Lic. Juan Carlos Fernández	39
3.3.4.4 Estudio de Televisión –Dr. Carlos Interiano –	39
3.3.4.5 Laboratorio de Fotografía ECC	41
3.3.4.6 Biblioteca “Flavio Herrera”	42
3.3.4.7 Sala de Redacción ECC	43

3.3.4.8	Recopilación Histórica del Muro del Edificio del Bienestar Estudiantil	43
3.3.5	Grupos Focales:	43
3.3.5.1	Segundo grupo focal	45
3.3.6	Encuestas	46
3.4	FODA:	48
3.4.1	Fortalezas	48
3.4.2	Oportunidades	48
3.4.3	Debilidades	48
3.4.4	Amenazas	49
3.5	Problemas Detectados	49
3.6	Indicadores de Éxito	49
4.	Proyecto a Desarrollar	50
4.1	DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LA ESTRATEGIA DEL PROYECTO	50
4.2	Objetivo General	51
4.3	Objetivos Específicos	51
4.4	Actividades que operativizan la Estrategia	52
4.4.1	Colocación de boletines informativos “Enterado”	52
4.4.2	Vinílicos	52
4.4.3	Circuito Cerrado	53
4.4.4	Banners publicados en las redes sociales	54
4.4.5	Facebook	55
4.4.6	Twitter	55
4.4.7	Entrega de la “Guía Estudiantil” de la ECC	56
4.5	Financiamiento	57
4.6	Presupuesto	57
4.7	Beneficiarios	58
4.8	Recursos Humanos	58
4.8.1	Personal Administrativo	58
4.9	Áreas Geográficas de Acción	58
4.10	Cuadros Operativos de la Estrategia	59
5.	INFORME DE EJECUCIÓN.	60
5.1	Campaña Comunicacional “El tiempo vuela”	60
5.2	Colocación de Boletines “ENTERADO”	60
5.3	Spot de Televisión y secuencia de anuncios para el Circuito Cerrado de TV.	62
5.4	Artes de Vinílicos	64
5.5	Banners en Medios electrónicos e Internet.	66
5.6	“Guía Estudiantil ECC”	68
5.7	Análisis de Resultados	70
5.8	Programa y Calendarización	71

6. CONCLUSIONES	72
7. RECOMENDACIONES	74
8. BIBLIOGRAFÍA	75
9. ANEXOS	77
9.1 Organigrama de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.	77
9.2 Pensum de Estudio (actualizado)	78
9.3 Árbol del problema	79
9.4 Encuesta realizada en la ECC al grupo objetivo	80
9.5 Análisis de las encuestas	81
9.6 Fotografías	88
9.7 Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia	89
9.8 Ejemplos de materiales ejecutados en el Proyecto.	90
9.8.1 Boletines Enterado de la segunda asignación de cursos	90
9.8.2 Vinílico de la campaña publicitaria y arte para Facebook	90
9.8.3 Banners realizados para la página Web ECC.	91
9.8.4 Imágenes utilizadas en el spot publicitario “El tiempo vuela”	92
9.8.5 Segmentos de la secuencia de anuncios elaborados para el circuito cerrado de TV en el edificio M-2.	93
9.8.6 Servicio de atención al estudiante por medio de las redes sociales “Facebook” Comunicación - USAC	94
9.8.7 Portada y contra-portada de la “Guía Estudiantil Ecc”	95
9.8.8 Diagramación interna de la Guía Estudiantil ECC.	96
9.8.7.1. Conociendo la historia de la ECC a través de la Guía Estudiantil.	97
9.8.9 La Guía brinda información acerca de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado.	98

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento cumple el sueño de todo egresado universitario, de dejar un legado de importancia para quienes lo reciben. La “Guía Estudiantil” de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- ha sido elaborada y desarrollada a través del programa estratégico comunicacional del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura, con el propósito de ser un documento indispensable para el fortalecimiento de la ECC como institución universitaria.

En búsqueda del desarrollo estudiantil y de canales informativos más sólidos y adecuados la -ECC- dio inicio al proyecto de comunicación denominado -OCI- Oficina de Comunicación e Información, con el propósito de facilitar los procesos de manejo de información a través de los medios y canales pertinentes. Desde su creación la -OCI- ha enfrentado varios factores y deficiencias comunicacionales existentes en la Escuela, por lo que ha sido necesaria la participación de los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-, tanto de carreras técnicas como de licenciatura, para brindar soluciones estratégicas de alto impacto comunicacional que fortalezcan la institución. Como parte de estos aportes de fortalecimiento, el presente documento plantea las razones por las cuales es indispensable entregar una “Guía Estudiantil”, elemento necesario para solventar las deficiencias que tienen los estudiantes con respecto a la realización de los trámites administrativos que su carrera involucra.

Para analizar esta problemática se realizaron varias entrevistas y encuestas al grupo objetivo, así como autoridades, con la finalidad de descubrir cuáles eran estas causas y poderlas solucionar de una forma práctica y eficiente. Es a raíz del presente diagnóstico que se generará la propuesta de comunicación para el fortalecimiento institucional de la Escuela mediante la elaboración de dicha guía que integre los objetivos de la -OCI-. Su estructura, diseño y contenido deberá cumplir la facilidad de comunicar el mensaje escrito de importancia general, siendo el grupo objetivo los estudiantes activos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

2. JUSTIFICACIÓN

La Oficina de Comunicación e Información -OCI- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicada en el segundo nivel del Edificio M-2, fue creada en el mes de agosto del año 2008. El propósito de su creación es el de facilitar los procesos de manejo de información a través de los medios y canales pertinentes, divulgando de manera correcta y eficaz la información dirigida a estudiantes, personal docente y administrativo de esta unidad académica.

La OCI se encuentra constantemente elaborando y diseñando estrategias comunicacionales que divulguen de manera correcta la información cuidando que esta sea de alta calidad y sobre todo la apropiada a cada estudiante. Sin embargo la oficina no ha podido cumplir este propósito a cabalidad. Según los datos obtenidos dentro de la fase del diagnóstico se hace evidente la necesidad de una “Guía Estudiantil” que unifique, promueva y desarrolle la comunicación e información.

Será indispensable para el estudiante contar con este documento de manera impresa y en formato digital. Este documento recopilaría de manera sistemática, ordenada y clara la información sobre la institución, trámites y recursos con que cuenta la Escuela, debido a que actualmente la información se encuentra dispersa, en algunos casos es inexistente y otros casos es necesaria mayor divulgación.

Con base en los problemas encontrados en la fase del diagnóstico se observó que los estudiantes constantemente se quejan de no obtener una adecuada información, que muchas veces no hay uniformidad y otras veces no se enteran de las fechas a las asignaciones y diversos trámites; para ello se aclara que la información si está disponible.

También se estableció que la mayoría de los estudiantes de primer ingreso presentan malos hábitos como: no atender instrucciones, falta de comprensión de lectura, poca disciplina y administración del tiempo entre otros. Por tal motivo OCI ha planificado la implementación de una campaña estratégica comunicacional y publicitaria la cuál busca acabar con las excusas planteadas por los estudiantes cuando realizan sus trámites a última hora que aunado con el recurso de la “Guía Estudiantil”, vendrá a mejorar la optimización del tiempo.

3. DIAGNÓSTICO

3.1 INSTITUCIÓN:

- **NOMBRE:** Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
- **SIGLAS:** -ECC-
- **TIPO DE INSTITUCIÓN:** Institución Gubernamental no lucrativa de Educación de Nivel Superior (Universitaria)
- **OFICINA DE PRÁCTICA EPS:** Oficina de Comunicación e información.
- **SIGLAS:** -OCI-
- **JORNADAS PLAN DIARIO**

Vespertina, de 14:00 a 17:00 horas (únicamente Publicidad y Licenciatura).

Nocturna, de 17:30 a 20:30 horas (todas las carreras técnicas, licenciatura y post-gradados)

- **PLAN DE AUTOFORMACIÓN A DISTANCIA -PAD-**

Sabatina, de 8:00 a 16:30 horas (todas las carreras técnicas, licenciatura y post-gradados)

- **HORARIO DE LABORES**

a) Administración, de 13:00 a 20:00 horas

b) Biblioteca de 14:00 a 20:00 horas y sábados de 8:00 a 14:00 horas.

- **CORREO ELECTRÓNICO**

comunicación.usac.edu.gt@gmail.com

3.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación funciona en dos edificios, ambos en la parte oriental del Campus Central de la zona 12, siendo estos el Edificio M-2 y el Bienestar Estudiantil. En el primer nivel del M-2 se encuentran: La Coordinación de Práctica Profesional Supervisada de Publicidad y su respectiva agencia denominada Lagencia; el salón de Doctorado “Ana María Pedroni”, el Auditorium “Juan Carlos Fernández”, aulas para docencia y servicios de fotocopiado.

En el segundo nivel se encuentran las siguientes oficinas administrativas: Dirección de la ECC, Oficina del Consejo Directivo, Oficina de la Secretaría General, Control Académico, Oficina de la Coordinación de Extensión y Post-grados, Tesorería, Departamento de diseño y artes, enfrente se localiza la Oficina de Comunicación e Información -OCI-, Oficina de Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura, el Centro de Reproducción y Fotocopiado, Oficina del Periódico “Tiempo”, la Oficina de la Coordinación Académica y de docentes con sus respectivos cubículos, Oficinas de la Coordinación de Plan de Autoformación a Distancia -PAD-, todos los anteriores se alojan en el segundo nivel.

El edificio de Bienestar Estudiantil consta de tres niveles y comparte el mismo con la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Este edificio se encuentra ubicado al oriente de la biblioteca central. El segundo nivel del edificio alberga cubículos para catedráticos, las áreas de Coordinación; Coordinación de Tesis, Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de las carreras Técnicas, Coordinación de Extensión, Centro de Estudios de Comunicación, Departamento de Audio Visuales.

En el ala derecha del edificio encontraremos; la Biblioteca “Flavio Herrera”, el Estudio de Producción Radiofónica de -EPS- de Locución Profesional y Aula Magna dedicado en homenaje a nuestro premio Nobel de Literatura, periodista y locutor “Miguel

Ángel Asturias”, también dentro de este recinto funciona el circuito cerrado de radio de la - ECC. A su costado derecho encontramos el Estudio de Televisión “Dr. Carlos Interiano” y la Sala de Redacción.

El primer nivel funciona la Oficina de Asociación de Estudiantes “Rescate Estudiantil”, el laboratorio de Fotografía, Laboratorio de Impresión de Materiales de la ECC y aulas para la docencia. En este nivel hay dos servicios de fotocopiado y una cafetería. Actualmente comparte parte del tercer nivel del edificio con la División de Unidad de Salud Universitaria y los departamentos que pertenecen al Sistema de Ubicación y Nivelación -SUN-, destinados a la evaluación de estudiantes de primer ingreso a la USAC. (Paz, 1983).

3.1.2 INTEGRACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS:

“Actualmente la Escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con algún tipo de ayuda económica por parte de entidades privadas. Siendo la Universidad de San Carlos de Guatemala la que guarda el derecho de brindarle determinado presupuesto para su correcto funcionamiento” (Bracamonte, 2011). Refiriéndose al tema el director M.A. Bracamonte comunicó que en el mes de mayo de 2011, se recibió la visita de la embajada de Japón, de quienes esperan recibir algún financiamiento para transformar la actual sala de redacción en un laboratorio de computación y servicio de internet que sea propio y gratuito.

Para tramitar dichas donaciones se debe presentar un proyecto ejecutable, que genere un interés de inversión para la embajada Japonesa y se canalicen los fondos necesarios para desarrollar determinado proyecto con el cual pretende cerrar su administración. También declaró que “los únicos responsables de desarrollar tales proyectos de investigación son: El cuerpo del Consejo Directivo o bien el Coordinador de Planificación” (Bracamonte, 2011).

3.1.3 ORIGEN E HISTORIA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

“La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala tiene ya más de 30 años de existencia. El antecedente más antiguo refiere al año 1947 cuando a instancias de dos connotados universitarios, José Rolz Bennet y Carlos Martínez Durán, el Consejo Superior Universitario -CSU- creó en la joven Facultad de Humanidades la carrera de periodista, misma que por razones desconocidas nunca inició actividades.

En el año de 1952 en la celebración de un Congreso Centroamericano de Periodistas se resolvió la creación de una Escuela de Periodismo con sede en Guatemala. Un año después ante el recordatorio de Mario René Chávez y Francisco Catalán, el CSU aprobó su creación y encomendó a Flavio Herrera la Dirección de la nueva Escuela, denominada Escuela Centroamericana de Periodismo –ECAP- quien contó entre sus primeros graduados a personajes de la talla de Miguel Ángel Asturias, José Torón España, Álvaro Contreras Vélez, Pedro Julio García, Cesar Brañas y David Vela, entre otros”. (Urizar, 2010)

“Esta Escuela autorizada para extender títulos de periodismo en un programa de 3 años podía, además, graduar profesionales a nivel de licenciatura con dos años adicionales. Funcionó como ya se dijo bajo el alero de la Facultad de Humanidades hasta 1974. Diversas insatisfacciones llevaron a la diáspora de varios Departamentos de la Facultad en referencia para constituir unidades académicas independientes. Conversaciones con varios profesores de la Escuela que estuvieron cercanos a esta fecha, entre ellos el Doctor Carlos Interiano, el Lic. Jesús Alvarado Mendizábal (ambos ex directores), M.A. Hugo Leonel Ruano, y Doctor Celestino Alfredo Tay Coyoy, tuvieron acceso a un documento dirigido al CSU por parte de los estudiantes y docentes de aquella época. Indicaban que luego de haber estudiado, analizado, y cuestionado la estructura de la ECAP habían concluido que desde los planos de objetivos, contenido-estructura, metodología, recursos, la actual Escuela no cumplía con los requerimientos técnicos y científicos de la perspectiva contemporánea. (Urizar, 2010)

“El punto culminante de esta insatisfacción, estudiantil principalmente, fue el Congreso de Transformación que se realizó en la Escuela de Periodismo. Luego el CSU acordó según consta en el punto cuarto del Acta 29-75 la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC-, adscrita a la Rectoría de la Universidad, en sustitución de la ECAP de la Facultad de Humanidades. Posteriormente, el 31 de mayo de 1976, en Acta 13-76 punto quinto, se aprobó el reglamento de la nueva institución.

Ese movimiento de transformación intentó accionar en todos los niveles: redefinió los objetivos de la Escuela, abogó por una metodología de enseñanza-aprendizaje más científica y participativa y por métodos evaluativos menos centrados en el aprendizaje memorístico. En el plano curricular dividió el pensum en cuatro áreas, la técnica, la de comunicación, la filosófica-literaria y la socioeconómica, y en cada una de ellas puso un director. La Junta de Directores de Área conformó la Comisión Académica, un organismo coordinador por un lado y asesor de la Junta Directiva que, además, era paritaria, es decir con igual representación estudiantil-docente. En 1978, se creó la Comisión de Investigación que 11 años después se convertiría en el CICC, Centro de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación”. (Urizar, 2010)

Posteriormente, este Curriculum de clara inspiración materialista no pudo ser puesto en práctica debido al ambiente poco propicio derivado del conflicto armado interno a insuficiencias presupuestarias que imposibilitaron la contratación de más de un profesor para el trabajo interdisciplinario requerido. Desde 1977 venía la inquietud por servir en la Escuela otras carreras adicionales a periodismo, Celestino Alfredo Tay Coyoy entonces director del El Centro de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación elaboró el estudio de factibilidad y este proyecto sirvió de base a la decisión del CSU contenida en el Acta del Consejo Superior Universitario 2-84, creando las carreras intermedias de Publicista Profesional, Locución Profesional y Fotografía Profesional, aunque esta última no se impartió ni se imparte debido a la casi nula demanda. (Urizar, 2010)

“El año escolar 1985 ya comenzó con numerosa demanda, pero la Escuela no contaba con suficiente presupuesto, lo que obligó a la utilización de auxiliares de cátedra, muchas veces trabajando sin paga. Tampoco contaba con instalaciones propias pues compartía en carácter de visitante inoportuno el edificio de la Escuela de Profesores de Educación Media (EFPEM), que para entonces pertenecía a la Facultad de Humanidades.

Luego, en 1991, una Comisión Técnica de Reestructura, presentó un Proyecto de Nueva Estructura Curricular que básicamente planteó una Licenciatura en Comunicación Social y tres especializaciones a nivel intermedio: Especialización en Comunicación Institucional, Especialización en Creación Publicitaria y Especialización en Medios de Difusión Colectiva. El Congreso docente-estudiantil profesional que se conformó para discutir la propuesta terminó aprobándola pero las condiciones objetivas como la falta de recursos humanos y financieros hicieron que las formas y maneras continuaran vigentes”.

La demanda casi incontrolable encontró un respiro en 1988 cuando la Escuela obtuvo dos niveles del edificio destinado originalmente a Bienestar Estudiantil. Pero el respiro solo dio impulso a una mayor demanda que sólo fue contenida por el nuevo proceso de admisión instituido en la Universidad. Las condiciones de entonces, falta de cubículos, insuficiencia de los salones de clase, la deficiente preparación de estudiantes y docentes, el limitado equipo audiovisual, el escaso presupuesto, etcétera, se confabulaban básicamente contra los estudiantes, de ello son suficiente prueba la tasa de deserción establecida en 1990 en un 55% la tasa de graduación calculada en 0.1%, el promedio de años para graduarse establecido en 14.3 años, para una carrera de 5. (Urizar, 2010)

Pero la cantidad de estudiantes no dejó de crecer. Por ello en 1989 la Junta Directiva Paritaria -JDP- de entonces logró el apoyo presupuestario (Acta 9-89 de CDP) para la creación de la jornada vespertina para impartir la carrera de Publicidad Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Comenzó a operar a inicios de 1990. Ese mismo año mediante punto octavo del Acta 2-90 Comisión Directiva Paritaria creó también la Comisión de tesis”. (Urizar, 2010)

“En el año de 1997, la Junta Directiva Paritaria -JDP- autorizó un mecanismo de gradación adicional al examen de tesis consistente en auxiliar durante un semestre el desarrollo de un curso y elaborar el texto didáctico del mismo. Este mecanismo se usó durante casi una década con resultados ambivalentes por lo que hubo de ser abolido y en su lugar se creó el Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de las tres carreras técnicas.

A mediados de ese mismo año la JDP presentó al CSU un proyecto destinado a proporcionar oportunidades educativas a personas que debido a sus relaciones laborales no podía asistir a la universidad durante la semana, se le pensó como un plan educativo a distancia con momentos presenciales los sábados durante todo el día. Se le denominó Plan de Autoformación a Distancia -PAD- y fue creado por el CSU mediante el punto tercero, inciso 3.13 del acta No 07-97. Pero su creación se condicionó a que no demandara ampliaciones presupuestales. Por eso en sus inicios y por casi dos años los profesores que lo echaron a andar lo hicieron voluntariamente y de manera gratuita. Cuentan entre algunos de tales profesores los siguientes: Carlos Interiano, César A. Urízar, Julio Moreno, Ana Ligia Segura, Carla Álvarez, entre otros. Su primer Coordinador fue el Maestro Juan Alberto González”. (Urízar, 2010).

2004 fue un buen año para la Escuela ya que debido a que la Facultad de Medicina se había trasladado para el Centro Universitario Metropolitano -CUM- ubicado en la zona 11, la Escuela con muchos esfuerzos y carencias pasó a ocupar el edificio M-2 en el campus central. Adicionalmente, ese mismo año se logró la autorización de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo y poco tiempo después se creó el Departamento de Estudios de Postgrado que a la fecha administra las Cohortes 5 y 6 de la Maestría en referencia, la segunda promoción de la Maestría en Comunicación Organizacional y ha comenzado con el Doctorado en Ciencias de la Comunicación.

El 16 de agosto de 2005 la Junta Directiva Paritaria creó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura como un mecanismo adicional de graduación a la tradicional

tesis de grado. Anteriormente ya se había autorizado el EPS para las carreras técnicas. Punto TRIGÉSIMO, del Acta 25-05 del Consejo Directivo.

Desde 2006 funcionan extensiones de la Escuela en el Centro Universitario del Nororiente (CUNORI), en el Centro Universitario del Sur Occidente (CUNSUROC) y en el Centro Universitario del Petén (CUDEP), donde se sirven las mismas carreras que en el campus central. (Urizar, 2010)

“La Escuela estuvo organizada desde 1976 en tres áreas: Técnica, de Comunicación, Socioeconómica y Filosófico-literaria pero en 2008 esa organización dio paso a otra en donde en lugar de áreas de conocimiento se organiza en Carreras.

Un paso importante en los estudios de la comunicación en Guatemala se logró al ser aprobado el departamento de estudios de postgrado con la carrera de Maestría en Comunicación para el Desarrollo, hecho fundamental acaecido en 2004, dando inicio las actividades académicas el año 2005. También se crearon la Maestría en Comunicación Organizacional en el año 2008 y el Doctorado en Comunicación Social es el más reciente programa de postgrado, dando inicio en el año 2010”. (Urizar, 2010)

3.1.3.1 Nuestro Logotipo de la -ECC-

El logotipo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación nace de una iniciativa impulsada por la Asociación de Estudiantes de la ECC de 1983. En ese entonces, el secretario de la Asociación era Fredy Morales y Manuel Barrientos, Carmen Aída Ibarra y Leslie Recinos pertenecían al consejo estudiantil.

La idea era que el periódico Comunicación, que elaboraban los estudiantes de Prácticas Periodísticas, contara con un logotipo que lo identificara. Para ello, retomaron un boceto que en 1980 había elaborado el profesor de la Escuela, Ramiro García. Este boceto,

conceptualizaba, según se recuerda, la comunicación de los mayas a través de dos perfiles característicos de esta cultura y alrededor de este dibujo, una faja típica. Sobre esta faja, el nombre ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, USAC, todo en mayúsculas.

Cuando se tomó la decisión de realizar el arte final, el Lic. Jesús Alvarado Mendizábal contactó al Lic. Axel González Franco para que lo diseñara, con la única condición que fuese elaborado en círculo. El Lic. González Franco modificó el boceto original, adaptándolo de tal forma que el nuevo logotipo integrara la mayor cantidad de elementos gráficos del original.

Se estilizaron las dos cabezas humanas, que no identifican a ninguna cultura, se cambiaron las lenguas de los rostros por dos flechas y se eliminó la faja típica que circulaba el dibujo. Se pensó que esta faja iba a provocar confusión a la hora de leer el texto. Se mantuvieron las cabezas invertidas, una con respecto a la otra, frente a frente, y se incorporaron las dos flechas que simbolizan el proceso de comunicación, y se respetó la leyenda: Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC, como se aprecia en el arte final, los elementos modificados transmiten plenamente la actitud de la ECC y del proceso comunicativo.

Aunque el diseño final fue en negro, se pensó que al momento de la impresión se usara el color azul reflex. Este color, porque se asoció con el color de la bandera de la USAC. Así es como desde el 21 de junio de 1984, en reunión de Comisión Directiva Paritaria, en el Acta número 9-84, punto sexto fue aprobado el logotipo para que se use como sello oficial de la Escuela, pero no sustituirá al de la Universidad de San Carlos de Guatemala". Firmaron el acta, los representantes docentes, licenciados Carlos Interiano y René Paniagua y los representantes estudiantiles, David Grajeda, Alba Lidia Alvarado y Wagner Díaz. Al no tener acceso a scanner, fotografía digital o computadoras, se dibujaban los rostros a mano, para el texto se utilizaban letras transferibles marca Prestype, tipo Times New

Roman y como no había en el mercado letras de 72 puntos solo de 60, se comenzó a dejar un espacio entre el nombre de la Escuela y las siglas USAC, uniéndolos visualmente por medio de un guión en ambos lados.

Aproximadamente en 1988, cuando el director de la Escuela era el Lic. Jesús Alvarado Mendizábal, se mandó hacer una copia en metal (hembra y macho) para que los títulos de la Escuela llevaran el sello en dorado. Esta máquina todavía permanece en el departamento de impresiones de la ECC.

A mediados de 1990, el trabajador de la ECC, Sergio González Robles, encontró en unos archivos abandonados el diseño original y con el apoyo del Lic. González Franco lo rescató, luego se procedieron a cambiar el estilo y tamaño de letra, previa autorización del Director de la Escuela. Se cambió por una fuente Switzerland condensada negrita y se le quitaron las líneas de ambos lados. Este cambio se hizo porque al reducir el logotipo, se perdían detalles de las letras. (González, 2011)

3.1.3.2 Mural conmemorativo por el Cincuentenario de la Revolución de Octubre 1944.

Ubicación: Escuela de Ciencias de la Comunicación, edificio de Bienestar Estudiantil, Plaza los Mártires. Universidad de San Carlos de Guatemala. Dimensiones: 403 m² (40.3 x 10 metros).

“...pintar un mural es un experimento exitoso, y el mural es en realidad una propiedad colectiva y el patrimonio moral, intelectual y política del partido y que, además de cielo y el infierno.

...El arte popular puede trascender cualquier esquema y también sobre todo la base de una organización a identificar y alcanzar metas realistas y las formas de la felicidad igual para todos. Creo que podemos decir que este es el resultado de una nueva cultura”. (Ceccarelli, 1994).

El mural fue realizado por el Taller Latinoamericano de Muralismo e Integración Plástica -TALAMURO- en cumplimiento de un proyecto financiado por la Comunidad Económica Europea -CEE-, la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC- y la Asociación de Estudiantes Universitarios -AEU-.

Aurelio Ceccarelli y Alessandra Vecchi, pintores italianos de TALAMURO, fueron invitados por la AEU y por la Comisión para la Celebración del Cincuentenario de la Revolución del 20 de octubre de 1944 y de la Autonomía Universitaria; el Bachiller Sésil Oswaldo de León fue nominado coordinador de la obra por parte de la AEU y de la Comisión Universitaria para la Celebración.

El trabajo organizativo, de evaluación y presupuesto, inició desde agosto de 1993 en Italia y ya en una fase más operativa desde diciembre en Guatemala. El trabajo de pintura se desarrolló en los meses de septiembre y octubre de 1994, trabajando un mes en la elaboración del boceto y los dibujos preparatorios y un mes en la realización directa en la pared. El trabajo preparatorio del muro, la licitación y la dirección en la construcción del andamio fue realizado por el Departamento de Servicios Generales cuyo encargado fue David Sunum, también brindó apoyo el Ing. Jesús Guerra encargado de mantenimiento.

Los pintores italianos se valieron de la ayuda de un grupo de ayudantes guatemaltecos contactados a través de algunos encuentros preparatorios realizados en el Museo de la Universidad de San Carlos -MUSAC-, gracias al apoyo de su directora, Licenciada Gladys Barrios.

En estos encuentros los participantes fueron invitados a entregar un dibujo o un boceto, representando en el mismo un aspecto relevante de los logros de la década de la Revolución y de los acontecimientos más significativos desde 1954 hasta la fecha. En el boceto final se unificaron las diferentes imágenes, sugerencias e inquietudes de los participantes hasta llegar a plasmar en una forma lógica y consecuente la Historia de

Guatemala desde el 20 de octubre de 1944 hasta hoy. La unidad de la historia se acompaña de una grande variedad de estilos y de formas expresivas, haciéndose así evidente cómo el trabajo no salió de la mente de una sola persona, sino que fue el fruto de un pensamiento colectivo, un canto coral donde cada individuo se reúne en una única voz.

El mural se lee como la frase de un libro: de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. La fachada está dividida en dos bandas horizontales: en alto, la banda más grande reúne las imágenes simbólicas de los logros de la Revolución. Los grandes símbolos, muy sencillos y sintéticos, resaltan desde lejos de tal forma que queden impresos en la vista y en la mente de los jóvenes, muchos de los cuales desconocen tanta parte de la historia Revolucionaria. Las banderas nacionales guatemaltecas destruyen a la culebra, el poder dictatorial del general Jorge Ubico, mientras que “El Imparcial” anuncia la buena noticia “20 de octubre 1944: Guatemala libre”. Empieza así el desfile de las conquistas democráticas: la campaña de alfabetización, el derecho de votar, el mejoramiento de la situación económica de la población (las cuatro clases de maíz) obtenido a través de la lucha y la transparencia del ejercicio del poder, la Autonomía Universitaria, el código de trabajo y el desarrollo técnico-industrial, y para finalizar, el Decreto 900 de la Reforma Agraria.

Esta ley, impulsada por el entonces presidente Jacobo Arbenz Guzmán, contrastó tanto con los intereses de la United Fruit Company -U.F.CO- y los intereses políticos estadounidenses que causó una reacción sumamente violenta; los “gringos”, por medio de los hermanos Dulles, jefes de la Central Intelligence Agency -CIA- y al mismo tiempo de la U.F.CO., se aprovecharon de las posiciones reaccionarias de ciertos sectores del ejército y de la burguesía guatemaltecos y organizaron un grupo de mercenarios que invadieron el país, destruyendo en un relámpago todas las conquistas democráticas desarrolladas en diez años y todos los esfuerzos para conseguir una verdadera independencia nacional.

Guatemala era culpable de querer ser independiente y por esto tuvo que pagar con la sumisión con el terror que desde el primer gobierno “contra-revolucionario” hasta hoy, han

caracterizado la vida del pueblo de Guatemala. Por todo esto la primera banda del mural termina con los brazos de un preso, víctima de la culebra de la dictadura y del imperialismo que regresan con toda su carga de sangre inocente, de muerte y horror.

La historia sigue en la banda inferior. La primera imagen representa algunos campesinos, beneficiados por la Reforma Agraria de Arbenz (Decreto 900), cayendo de repente sobre sus espaldas una señal de mal augurio: en el cielo aparece una amenaza poderosa, la meteorología “gringa” y en primer plano aparece el banano de la United Fruit Company: los extranjeros, las multinacionales; los poderosos que no renuncian a sus privilegios y por mantenerlos instauran un régimen de terror.

La caída posterior de Arbenz marca la destrucción de todas las conquistas democráticas, empieza la tragedia, el pánico en toda Guatemala: persecuciones, asesinatos, masacres, desapariciones forzadas, torturas, control total sobre la población, limitación de las libertades y de las garantías democráticas y constitucionales: una visión oscura, sin alguna esperanza: la cultura del miedo que después de cuarenta años de represión, ahora es parte de la psicología misma del pueblo guatemalteco. Y atrás del régimen de terror aparece clara la voluntad de los colores, de la “meteorología” gringa. De este cuadro abstracto del terror salen como títeres los retratos de los generales, los jefes de Estado que han sido responsables de los crímenes más atroces que se han cometido en estas décadas, crímenes de los cuales ellos son los culpables directos aun cuando se sirvieron del ejército nacional (por esto el uniforme camuflageado les cubre las piernas), masacrando a su propio pueblo.

Estas figuras grotescas y malvadas están apuntando sus fusiles contra un hombre del pueblo, limpio, honesto, que no tienen miedo a mirarlos. Tal vez es un maestro de escuela preso, una víctima de la cultura, de la educación; mártir del trabajo de concientización que le compete a los que trabajan con los oprimidos, tal vez el trabajo que han cubierto y cubren muchos de los egresados y concurrentes de la USAC. (Ceccarelli, 1994)

A la par de él una niña herida en un ojo, que abandonada y miserable, llora apoyándose en una gran cantidad de fruta que se arruinará. En esta parte del mural, pintada en blanco y café (el monocromo simboliza la vida triste y la desesperación del pueblo pobre, oprimido y martirizado), se destaca un pequeño fragmento de muro de ladrillos donde una placa conmemorativa, similar a la que se encuentra al interior de la USAC recuerda los estudiantes, trabajadores campesinos, víctimas de la quema de la Embajada de España.

Otros mártires, víctimas de la violencia asesina del Ejército y del Gobierno, aparecen en primer plano con sus cuerpos torturados; uno de ellos, por cierto un estudiante, retiene todavía un clavel rojo similar a los que miles de estudiantes cada año colocan en la sexta Avenida, en el lugar donde fue asesinado el 20 de octubre 1978, Oliverio Castañeda de León.

Tristes y desoladas, las cruces de los cementerios clandestinos se pierden sobre un horizonte triste y desolado. Una mujer siembra en el terreno un clavel, símbolo de la eternidad de la memoria, porque “el color de la sangre jamás se olvida”, mientras su hijo tiene la mirada fija en un futuro más justo sin mártires ni pobreza. Hombres y mujeres, víctimas del terror, aparecen como testigos: una mujer señala a los aviones militares que bárbaramente atacan y destruyen las aldeas: La “Tierra arrasada”, los trágicos humos de las casas quemadas, el terreno árido, sin árboles donde sólo un tronco, carbonizado, con sus ramas forma los dedos implorantes de una mano humana. (Ceccarelli, 1994)

Aquí aparece el gigante que, con su mano poderosa, corta el alambre de púas que amarraba el árbol. El gigante es el pueblo, el grande pueblo de Guatemala que lucha y sigue luchando, fortalecido en la memoria y en el espíritu de la Revolución (su cabeza, los hombres, y el brazo que indica la vía de la lucha, son parte de la banda superior), y con los pies bien plantados en el presente, porque de esto depende el éxito de la lucha, el saber interpretar el presente, con la conciencia del pasado y la visión del futuro.

El gigante, campesino, indígena, descalzo, aparece como un apóstol que anuncia la buena noticia; con la lucha de todo el pueblo unido se podrá alcanzar otra vez la democracia. Así que con él empieza la marcha del pueblo, una imagen heroica como heroica es la decisión de luchar juntos contra la injusticia y la infamia, para que los niños, los jóvenes, puedan finalmente vivir en un mundo con verdadera paz, democracia y con el respeto de los Derechos Humanos y Civiles. Por esto son niños los que levantan la manta reclamando estos derechos, son ellos que levantan la Bandera Nacional, y por esto los jóvenes levantan la bandera de la AEU.

Tres mujeres se destacan del grupo e indican que se debe seguir luchando, que nadie “se quede atrás”, que ninguno se deje ilusionar con promesas falsas; la paz sin justicia social, sin redistribución de las riquezas y del poder, sin alfabetización, sin tierra para todos... -es una dictadura enmascarada. El pueblo sigue luchando en contra de un ejército que sigue oprimiendo, asesinando, violando los derechos más elementales. La lucha que empieza en el campo sigue en la ciudad, porque es aquí donde el poder decide cómo oprimir al pueblo.

El mural termina con la esperanza de lograr un día, a través de la lucha, liberar el sol, porque existen lugares, como Guatemala, donde tampoco el sol es de todos: el pueblo que más lo necesita, no puede gozar de él, obligado como es, a vivir en los barrancos, en los barrios marginales; a viajar como bestias en los camiones, a trabajar sin el justo salario en las fincas, intoxicado por los insecticidas; a esconderse en la selva para no ser masacrados por un ejército que se mutre de sus propios hijos; a buscar la salvación en el exilio. (Ceccarelli, 1994)

3.1.3.3 Historia De La Oficina De Comunicación E Información -OCI-

La Oficina de Comunicación e Información, ubicada en el segundo nivel del edificio M-2, cumple sus funciones dentro de la Coordinación de la Comisión de Extensión. Inicio labores en agosto de 2008, su objetivo primordial es brindar a cada estudiante información

adecuada de acuerdo sus necesidades. La información que brinda es de forma general con respecto a todo tipo de trámites o bien resolver interrogantes que presentan de acuerdo a su pensum de estudio de cada carrera. Además proporciona los servicios de información por medio de correo electrónico masivo, tomando como fuente la base de datos con que cuenta el departamento de Control Académico respecto a la comunidad estudiantil.

También existe la atención personalizada a través de medios interactivos de internet de mayor impacto como lo son: Página Web, Facebook y Twitter; medios eficaces para informar los asuntos importantes en tiempo real. Esta oficina cumplirá tres años, no se encuentra inscrita, ni ubicada dentro del actual organigrama administrativo, actualmente es un proyecto de comunicación, puesto a prueba para conocer la efectividad, la influencia y el impacto de comunicación e información que pueda representar para comunidad académica. (Pardo, 2011).

3.1.4 DEPARTAMENTOS O DEPENDENCIAS DE LA INSTITUCIÓN:

3.1.4.1 Consejo Directivo

Máximo órgano de dirección de la unidad académica, el Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es la autoridad encargada de dirigir, administrar y regular todo lo concerniente al gobierno de la escuela. Aquí toman las decisiones más importantes y trascendentales relativas a las políticas académicas y administrativas, la emisión de acuerdos, nombramientos, sanciones, promociones y destituciones de personal docente y administrativo, solicitud y ejecución de presupuestos, aprobación de tesis de graduación y ternas de exámenes técnicos, cierres de currículo y equivalencias internas entre carretas, pruebas especiales de suficiencia y extraordinarios, convenios de cooperación con instituciones afines. Autorización de diplomados, talleres, cursos, becas, etc.

Actuales Miembros del Consejo Directivo (Urizar C. M., 2010):

- M.A. Gustavo Bracamonte Cerón (Director)
- Lic. Axel Santizo (Secretario)

- M.A. Fredy Morales (Representante Docentes)
- Lic. Julio Moreno (Representante Docente)
- Milton Lobo (Representante Estudiantes)
- Adriana Castañeda (Representante Estudiantes)
- M.A. Pavel Matute (Representante Egresados)

3.1.4.2 Dirección General de la ECC

El reglamento general interno de la ECC, señala las disposiciones generales de este despacho “La dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se elige cada 4 años a un profesional que debe ser de origen guatemalteco, teniendo tres años de carrera personal académico en la ECC, ser colegiado activo y estar en el pleno goce de sus derechos. Quienes pueden elegir al director son 3 grupos: el Consejo Directivo, los docentes y los estudiantes.

El despacho del director M.A. Gustavo Bracamonte, actualmente define la política y reglamento interno, de nombrar personal docente y administrativo, velar por elevar el nivel académico de esta unidad académica. Representar, evaluar y desarrollar de manera correcta y ordenada el desempeño del personal de docentes y administrativo, así como observar que se cumplan los reglamentos universitarios tanto externos como internos, dar continuidad a los trámites vigentes de todos los que ingresan y egresan de esta Escuela de estudios superiores lo hagan con debido proceso de excelencia académica”. (Comunicación, 2006)

M.A. Oneida Rodas en su entrevista al director en el año 2008 señala aspectos importantes que cumplen el objetivo primordial de este despacho, literalmente escribe: “El director M.A. Gustavo Bracamonte Cerón tomo posesión de este despacho en el año 2004, siendo reelegido en el 2008 para terminar su periodo de Director en el 2012. Se ha

desempeñado arduamente con el propósito de desarrollar proyectos y estrategias comunicacionales que ayuden a elevar el grado académico de cada estudiante egresado”.

3.1.4.3 Coordinación Comisión de Extensión

La Comisión de Extensión es la vinculación social de la Universidad, se concretiza con participación activa, responsable y auto determinada de todos los miembros de la misma. Es constituida como un programa integral de docencia, investigación y servicio a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuyera al desarrollo nacional (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

La Comisión de Extensión es limitada debido a la falta de divulgación y programas que promuevan su importancia. A pesar de contar con programas de vinculación. Aun no existen mecanismos claros para favorecer el fortalecimiento y desarrollo institucional de esta función. Esto se ve cuando las unidades académicas no cuentan con una comisión de extensión. Y menos con atención presupuestaria y recursos humanos que permitan la facilitación para alcanzar sus fines. En tiempos más recientes se empieza a concebir a la extensión universitaria como un espacio de comunicación del que hacen universitarios con su sociedad. Como una acción recíproca en la que tanto sociedad como la universidad aprenden de la interacción. Como resultado de esta visión se incorporan a las Oficinas de Extensión Universitaria programas de divulgación científica y tecnología, de educación continua, de atención a egresados.

Para fortalecer el criterio sobre la importancia de la función social en las universidades a continuación se presentan algunos planteamientos que al respecto se hacen en distintas instancias. La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior de México señala: Se debe concebir la función como una actividad estratégica de las instituciones de educación superior, en tanto que favorece la creatividad, la innovación y el contacto con el entorno, permitiendo la generación de respuestas

oportunas y flexibles, evitando la obsolescencia. (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

3.1.4.4 Coordinación Académica

La Coordinación Académica es la instancia para planificar y administrar las actividades de enseñanza-aprendizaje conjuntamente con las direcciones de área. También coordina las actividades del Sistema de Ubicación y Nivelación de estudiantes de primer ingreso, el cual realiza exámenes de admisión. El coordinador de este departamento es el M.A. César Urizar.

3.1.4.5 Coordinación de Planificación

La Coordinación de Planificación es la encargada de la planificación anual, que permite el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, actualmente coordinado por Juan Alberto González. (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

3.1.4.6 Centro de Estudios de Comunicación –CEC-

Este centro se inició en 1978 como Comisión de Investigación, transformándose actualmente en Centro de Estudios de Comunicación. El CEC tiene como función principal servir de apoyo a la actividad académica de la Escuela, en cuatro áreas específicas: lo científico, lo docente, lo administrativo y lo innovador.

1. La función científica se refiere a generar conocimiento sobre comunicación social e investigación de problemas de comunicación, en la sociedad guatemalteca. Asimismo, producir metodologías de análisis de los medios de información y comunicación, ajustados a la realidad guatemalteca.

2. La función docente ayuda incorporando los resultados de las investigaciones a la actividad docente, ya sea mediante pláticas, cursillos, talleres o la publicación de artículos y ensayos.
3. La tercera función es apoyar a los administradores académicos, de la ECC, con actividades y estudios que persigan elevar la calidad de los estudios de comunicación de esta unidad académica. Esto incluye la organización de cursos de especialización a los profesores, epesistas y tesinandos.
4. La función innovadora implica diseñar y presentar propuestas creativas para el mejoramiento de la calidad, de los egresados de esta unidad académica. Actualmente está a cargo del Dr. Wagner Díaz.” (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

3.1.4.7 Coordinación de la Comisión de Tesis

Esta instancia es la encargada de asesorar a los estudiantes que elaboran su tesis de licenciatura o su texto didáctico, a fin de obtener el grado de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación. La encargada de esta comisión es la M.A. Aracelly Krisanda Mérida. (ECC-USAC 2008, 2009).

3.1.4.8 Coordinación Plan de Autoformación a Distancia –PAD-

“Surgió en 1997, con la aprobación del Consejo Superior Universitario, como un proyecto experimental que inició con los dos primeros años de la carrera. En el año 2000 el Programa completó todos los semestres.

El pensum de estudio del Programa es idéntico a las jornadas vespertina y nocturna del Programa diario de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. La diferencia radica en la orientación, metodología y tiempo de enseñanza aprendizaje. Pretende fortalecer la formación técnica y social de los estudiantes mediante experiencias reales en sus áreas de trabajo.

Su metodología es la educación a distancia, ésta consiste en dividir las actividades en momentos presenciales y actividades de autoformación, que realizan los estudiantes. Los momentos presenciales son reuniones semanales entre catedráticos y estudiantes, y las actividades de autoformación, son tareas de investigación o aplicación que los estudiantes realizan por sí mismos. Las cátedras se imparten los días sábados de 8:00 a 16:30 horas” (López W. , 2004). El Programa posee su propia coordinación y cuerpo de catedráticos. El coordinador PAD es el Lic. Julio Moreno. La información adicional sobre el programa que funciona en plan sábado lo encontrarán en: www.comunicacionusac.org.

3.1.4.9 Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Carreras Técnicas

Los estudiantes de las carreras técnicas (Periodismo, Publicidad, Locución) realizan un período de prácticas de aproximadamente diez meses. Cada carrera tiene un supervisor de prácticas, los cuales son coordinadores por una instancia académica-administrativa cuyo orden es el siguiente (Urizar C. M., 2010):

- Publicidad Profesional Lic. Hugo Nery Bach
- Locución Profesional Dr. José María Torres
- Periodismo Profesional Lic. César Paíz

3.1.4.10 Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura

La Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se encuentra ubicada en el edificio M-2, segundo nivel, dentro del área de la Coordinación de Extensión de la ECC. Los estudiantes al finalizar el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pueden optar para obtener el título de Licenciatura mediante la realización de su -EPS-.

Las organizaciones específicas y autorizadas por esta coordinación son: “Organizaciones Gubernamentales -OG’s-, Organizaciones No Gubernamentales -ONG’s-, organizaciones sociales, fundaciones, medios de comunicación social y la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-; que impulsen el desarrollo social, ubicados en el área rural o urbana del país” (Rodas, 2008). Actualmente la coordinación de este departamento está a cargo del M.A. Otto Roberto Yela Fernández y la supervisora M.A. Elba Oneida Rodas Hernández.

3.1.4.11 Agencia de Publicidad “Lagencia”

La agencia de publicidad -Lagencia- fue creada con el propósito de capacitar a estudiantes pertenecientes el último semestre de la carrera técnica de Publicidad Profesional, principalmente aquellos que están por solicitar examen privado. El nuevo reglamento del pensum de estudio aprobado por el Consejo Directivo, en el artículo III, capítulo No. 3 dictamino; que debe de realizarse la práctica con un mínimo de tiempo de tres meses. Pues según el nuevo pensum de estudios deben capacitarse ejecutando -EPS de publicidad previo al examen privado.

Los servicios que presta Lagencia son: Mercadeo, publicidad, área gráfica, audiovisual, trade marketing, son los servicios que prestará la agencia de publicidad Eidos. El periodista Santiago Reyes redactó el siguiente artículo periodístico publicado en el periódico -Tiempo- que literalmente describe los inicios de la agencia de Publicidad interna en la ECC. (Diéguez, 2009)

“Es un proyecto para los estudiantes”, “todos deben colaborar”, “este proyecto se viene a sumar a otros de beneficio para los estudiantes”, fueron algunos de los comentarios hechos durante la inauguración de la agencia de publicidad *Eidos*. Bajo el eslogan de Ideas que evolucionan, Eidos es un nombre griego ya que “es ahí donde se encuentran las raíces de la publicidad”, según lo comentó Rodolfo Enrique García Mencos, epesista de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación quien forma parte del proyecto, y agregó que

al igual que él, cuentan con la colaboración de varios estudiantes de publicidad en fase de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-.

El proyecto de hacer una agencia de publicidad en la Escuela de Ciencias de la Comunicación surgió con la idea que todos, en especial los estudiantes de Publicidad, participen, de ese modo, fortalecer la propuesta. “Es un espacio para profesionalizar al estudiante”, dijo el licenciado Gustavo Bracamonte, director de la ECC. Se pretende crear una cartera y trabajar con clientes reales, basándose en un principio que la práctica fortalece la formación. El director anunció, además, la posibilidad de darle vida a una agencia periodística de noticias para abrir más espacios para quienes estudian esa carrera. La licenciada Dina Mónica Mayén, directora de Eidos, aseguró que si bien nacen con un presupuesto escaso, tienen la positiva intención de ganar todos los premios, como una forma de motivar a los participantes”. (Diéguez, 2009)

3.1.4.12 Periódico “TIEMPO”

La planificación del periódico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación inicio en una reunión amistosa entre docentes y que entablaron en un restaurante café en el año 2007. En esa reunión los Licenciados Jairo Alarcón, Gustavo Bracamonte, Ismael Avendaño en conversación amistosa compartían experiencias académicas, en un determinado tiempo de plática sacaron a luz la necesidad de elaborar un periódico académico que tuviera publicación continua y que diera a conocer las actividades relevantes y culturales de la academia. Fue así como de esta conversación amistosa y amena diera origen para la creación y elaboración del periódico “Tiempo” que actualmente nos acompaña. Se integro a este proyecto el Lic. Carlos Velásquez quien motivado brindo todo el apoyo necesario para su ejecución, es así como nace el primer periódico institucional de la -ECC- denominado “Tiempo”. (Avendaño, 2011).

Según el Licenciado Jairo Alarcón Rodas, en el año 2008, la ECC determinó que la Comisión de Extensión de la misma unidad académica debía encargarse de la edición del

periódico institucional Tiempo. En ese entonces, dicha comisión estaba dirigida por el Licenciado Carlos Augusto Velásquez, quien trabajó conjuntamente con estudiantes de la ECC, específicamente con quienes realizaban el Ejercicio Profesional Supervisado.

Dentro de los órganos divulgativos que produce el Departamento de Periodismo, se halla el periódico “Tiempo”, cuyo nombre fue creado en reunión extraordinaria del Consejo Directivo junto a estudiantes de periodismo que acudieron al llamado de convocatoria para darle nombre siendo aprobado “Tiempo” cuyo significado corresponde a una periodicidad y rompe con el estereotipo de comunicación.

Desde el año 2010, el Departamento de Periodismo coordina la edición, diagramación e impresión del periódico institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, “Tiempo”. El proyecto realizado por los epesistas en el Departamento de Periodismo en el 2010, se enfocó a elaborar la página virtual del periódico Tiempo (<http://periodico-tiempo.blogspot.com>), misma que sigue siendo utilizada paralelamente. (Cetino, 2011).

3.1.4.13 Estudio de Locución Profesional

En el año de 1976 a 1986 las clases de las diferentes carreras de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se impartían en el edificio del EFPEM, frente a la avenida Petapa, zona 12, el cual fue prestado por la Facultad de Humanidades a falta de instalaciones de nuestra unidad académica. Durante esos años que estuvo la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el Edificio de EFPEM. En esa época existió un pequeño estudio improvisado el cual solo tenía capacidad para cinco alumnos. En ese tiempo la población estudiantil no pasaba de 200 estudiantes que correspondían a la carrera de periodismo y licenciatura. Hubo un tiempo que solo recibía clases un alumno de la carrera de licenciatura.

El estudio completo contaba con el siguiente equipo de tecnología de la época utilizado para las grabaciones como lo eran: 2 grabadoras de cintas de carretes, consola (la que posee actualmente, radio comunicación). Micrófonos profesionales, cabina de locución, cabina del técnico, grabadores reporteriles de la época 1970 – 1980, cartucheras para transmisión de anuncios publicitarios.

El operador a cargo era el periodista José Luis Hernández, quien también tenía otras asignaciones docentes, como los cursos de Géneros Periodísticos, y Periodismo Radiofónico. El equipo servía más que todo al curso del Periodismo Radiofónico. Él Lic. Julio Santos, director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en esa época, le interesa mucho la tecnología, por ello pensó en la creación del estudio de grabación con mejor calidad de equipo profesional.

En febrero de 1984, el Consejo Superior Universitario aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Fotografía Profesional, Locución Profesional y Publicidad Profesional. Fue en el año de 1986 cuando alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación tomaron las instalaciones del edificio de Bienestar Estudiantil, Posteriormente después de arduas negociaciones se asignó por parte de las autoridades universitarias de ese entonces el primer y segundo nivel de alberga aún hoy día la unidad de Salud y el Sistema de Ubicación y Nivelación -SUN- de la Universidad de San Carlos, ambas comprendidas en el Edificio de Bienestar Estudiantil.

Al momento de su traslado, el estudio de grabación se instaló en el segundo nivel. Fueron los docentes, Lic. Carlos Interiano y Lic. Miguel Ángel Juárez, quienes reubicaron el estudio de grabación en un espacio de 4 por 2.5 metros. El espacio se dividió en dos; uno para la cabina de grabación y otro para colocar el equipo que se tenía en esa época.

El estudio dejó de utilizarse durante seis años de 1989 a 1996 y fue abandonado por desconocimiento en su mantenimiento y su espacio fue utilizado como bodega. Esto no

contribuyó al fortalecimiento de la carrera de locución y si procedió al deterioro del equipo de grabación que tenía un valor económico alto. Fue gracias a la iniciativa del Lic. José María Torres Carrera que nuevamente empezó a funcionar. En el año de 1996 el estudio de grabación se transformó en la Radio Comunicación.

Para lograr su transmisión el Lic. José María Torres gestionó ante la Oficina de Comunicación de los Derechos Humanos del Arzobispado, la donación de equipo para su transmisión. Monseñor Juan José Gerardi (+) y el Lic. Carlos Aldana apoyaron este proyecto, junto con el Lic. Axel Santizo y alumnos de publicidad de esa época. Cuando se creó el nuevo estudio de grabación a principios del año 2000, en el 2do. Nivel del edificio de la Escuela de Comunicación, se aumentó su espacio de 12 por 15 metros.

La necesidad de presentar un mejor servicio era importante puesto que las carreras al diversificarse trajeron en consecuencia una mayor afluencia de estudiantes. El nuevo estudio es totalmente profesional, en su estructura cuenta con forro y madera adecuada para que el sonido tenga una acústica fiel y profesional. En el año 2000 se adquirió una consola de 16 canales análoga, una quemadora de DAT (casetes digitales), casete de cromo, con micrófonos unidireccionales y omnidireccional todos 100% profesionales, una computadora con el programa Sesión Eight, siendo este especial para las grabaciones profesionales.

La empresa encargada de montar el equipo profesional para la cabina de grabación estuvo a cargo de “INRESA”. Actualmente el estudio se encuentra a cargo del Lic. Elio Quim, quien es también docente de la carrera de Locución. Le sucedieron en anteriores administraciones: el locutor David René Oliva, Marvin Cuz Cuckling, Otto Estuardo Lorenzana. En el 2003 también se hicieron ampliaciones importantes en la infraestructura física de sus instalaciones en el campus, así como la proyección académica a los departamentos.

Por una nueva gestión de mejoramiento el licenciado José María Torres carrera y los estudiantes de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de las promociones 2004 al 2010, han dado un impulso total y relevante dentro de la historia de estudio de Grabación al lograr que se transformara en un “Aula Magna” de recursos audio-visuales, estudio de grabación e instalaciones de radio comunicación por internet.

También han colaborado en el proyecto estudiantes de locución, periodismo, publicidad y de licenciatura de comunicación y docentes interesados en apoyar en desarrollo de nuestra institución. No podemos dejar de mencionar a los ex-reyes feos universitarios que pusieron su grano de oro, aportando a su remodelación mediante festivales universitarios logrado recaudar fondos de han sido suma importancia. El actual estudio de grabación y aula magna, “Miguel Ángel Asturias” fue una obra realizada durante la administración del Lic. Gustavo Bracamonte concluida su remodelación el 7 de marzo de 2007.

Actualmente estas nuevas instalaciones cuentan con un espacio para conferencias, talleres, charlas o clases para los alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, y el estudio de grabación con equipo totalmente profesional para realizar desde grabaciones, doblajes a contra imagen, para Locución, Periodismo y Publicidad. (Locución, 2010).

3.1.5 MISIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución superior articulada a la formación, investigación y la extensión de manera integral, participativa y propositiva, consolida de forma sostenible y estratégica con visión de largo plazo, la preparación profesional de sus estudiantes. Procura la pertinencia, competitividad y creatividad, mediante el vínculo, el compromiso y la identificación con la sociedad, cuyo propósito es formar profesionales de alta calidad tanto a nivel de las carreras técnicas como de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los postgrados con especialidad en la materia.

3.1.6 VISIÓN

Somos una escuela de comunicación social que busca de manera permanente la excelencia académica y que participa activamente en el análisis de la problemática comunicativa nacional e internacional, presentando iniciativas que favorezcan en entendimiento entre las personas y los pueblos y el desarrollo de Guatemala. (Urizar C. M., 2010).

3.1.6.1 Valores

- **Excelencia:** Lo que hago es mejor de lo que los demás esperan.
- **Participación:** Asumo compromisos y me responsabilizo de las consecuencias de mis actos y palabras.
- **Responsabilidad Social:** Mis actos anteponen el bienestar colectivo al bienestar individual.
- **Honestidad:** Jamás uso mis habilidades y conocimientos con el fin de enseñar y mentir a la población.
- **Libertad de Expresión:** Valoro la libertad de expresión que la constitución me otorga y defiendo su vigencia, pero me opongo a su abuso.
- **Identidad Nacional:** Respeto, valoro y promuevo todo lo que le da a mi país el concepto de nación
- **Objetividad:** Mi actuar tiene siempre como base la verdad y la objetividad, jamás los rumores y suposiciones.
- **Defiendo la autonomía universitaria:** No realizo nada que socave el derecho de auto gobernación.
- **Democracia:** Con mis actos y palabras coadyuvo al respeto de la ley y la voluntad de las mayorías.

3.1.7 OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

- Formar profesionales de las ciencias de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación y liberación de Guatemala.
- Formar profesionales capaces de investigar, informar y orientar los diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente función en la resolución de la problemática nacional. (Urizar C. M., 2010).
- Establecer y fomentar la adecuación del estudiante de Ciencias de la Comunicación al medio guatemalteco, proporcionándole los conocimientos teóricos y prácticos que le permitan la interpretación de los fenómenos socio-económicos del país y de la función que el profesional de la comunicación desempeña.
- Participar como un todo, estudiantes y profesores en los procesos tendientes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción, con miras a incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones que permitan la transformación integral del país.
 - Promover la dinámica entre estudiantes y profesores, en los procesos tendientes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción, con miras a incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones que permitan la transformación de Guatemala.
 - Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.
- Fomentar la acción multidisciplinaria en el proceso adicional. (Urizar C. M., 2010)

3.1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

- Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.
- Formar comunicadores que en forma crítica conozcan e interpreten la realidad nacional y el contexto en que ella está inmersa.
- Formar profesionales de las ciencias de la comunicación capaces de enjuiciar, criticar y crear dentro del campo de su competencia.
- Preparar periodistas capaces de hacer uso de todos los medios de comunicación, con énfasis en las necesidades del país. (Urizar C. M., 2010).

3.1.9 PÚBLICO OBJETIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Está conformado por estudiantes activos de las carreras técnicas de nivel profesional; Periodismo, Locución y Publicidad, también estudiantes de nivel de Licenciatura y Postgrados que comprenden las diferentes jornadas: vespertina, nocturna y el Plan de Autoformación a Distancia –PAD- que funciona sábados. (Urizar C. M., 2010).

3.2 EL PROBLEMA COMUNICACIONAL.

Con base en los problemas detectados en la fase del diagnóstico se observó que los estudiantes se quejan de manera constante ante las autoridades administrativas de esta unidad académica aludiendo la falta de información adecuada y anticipada de los diversos trámites. Tampoco no existe uniformidad en la divulgación de la información, causando confusión y desinformación, provocando desinterés, que se ve reflejando cuando muchos

dejan su trámite a última hora, provocando descontento mutuo entre estudiantes y personal administrativo.

Con base en la experiencia y documentación observada dentro la OCI es evidente que se ha trabajado en años anteriores por el desarrollo y actualización de los sistemas y canales adecuados que conduzcan a optimizar el tiempo y rendimiento del sistema de asignación. Por ese motivo se solicita el servicio profesional de estudiantes de EPS de licenciatura para solventar y aportar soluciones a los problemas que se dan a medida que crece la población estudiantil. Se evidencia y se aclara que la información sí está disponible.

Se estableció que la mayoría de los estudiantes de primer ingreso y en un menor porcentaje a nivel general, presenta malos hábitos de aptitud, al no atender instrucciones, falta de comprensión de lectura, poca disciplina y administración del tiempo entre otros. Por tal motivo OCI ha comisionado al epesista designado para que planifique, elabore y ejecute una campaña estratégica y publicitaria adecuada, la cual tenga como objetivo acabar con las excusas planteadas por los estudiantes cuando realizan sus trámites a última hora que aunado con el recurso de la “Guía Estudiantil”, vendrá a mejorar la optimización del tiempo, obteniendo como beneficio el ahorro de recursos económicos y detener el desgaste de las relaciones interpersonales entre estudiante y el personal administrativo de la ECC.

3.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN:

Para la presente investigación de estrategia comunicacional se utilizó la técnica de muestreo probabilístico con un cálculo de tamaño de la muestra conociendo la cantidad de estudiantes regulares que integran esta unidad académica dentro de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-gradados que totalizan: 5,433 estudiantes inscritos, de acuerdo a la base de datos que fueron proporcionados por Control Académico ECC. (Girón, 2011).

3.3.1 OBSERVACIÓN (ANTECEDENTE HISTÓRICO DE ELABORACIÓN DE GUÍAS ESTUDIANTILES ECC).

La encargada de la biblioteca “Flavio Herrera” indicó que no existe a la fecha documento alguno en los registros bibliotecarios que proporcionen información mediante una “Guía Estudiantil”; sobre la historia, pensum de las carreras y trámites regulares que deben realizar los estudiantes de la ECC. Sin embargo se tiene conocimiento por referencia de diversos catedráticos a los cuales se presentó el boceto preliminar, argumentaron que si recuerdan la Guía Estudiantil que se entregó durante la administración del Lic. Carlos Interiano en el año 2000, pero que no existe un documento físico en la biblioteca. Se concluye que sí debería de haber una copia de dicho documento, para tener una referencia histórica de información y de buena comunicación que desarrolla la ECC.

Al continuar con la investigación y observación en las instalaciones de la biblioteca “Flavio Herrera” se realizó la búsqueda en diversos ficheros que se encuentran ordenados por tema, trabajo de tesis e informes de EPS. La única referencia encontrada fue la “Guía para el Estudiante”, dirigida al grupo objetivo, específicamente estudiantes de la carrera de Periodismo con el propósito de fortalecer el plan de Autoformación a Distancia -PAD-. Destaca como una compilación escrita por la Periodista Monica Velásquez en colaboración de la Fundación de Periodismo para el Desarrollo –FUPEDDES-.

El documento hace referencia a la misión de la institución como sigue: “La Fundación de Periodismo para el Desarrollo fomenta e impulsa programas de educación para el ejercicio de un periodismo independiente que contribuya al desarrollo integral de la sociedad guatemalteca”, al observar el propósito del documento se lee: “la Guía para el Estudiante le permitirá conocer el proceso de aprendizaje y los principios de la autoformación a distancia” (Velásquez, 2000)

La observación requerida dentro de la investigación sobre la existencia de documentos similares que antecedan al presente proyecto comunicacional, fue nulo, motivo

por el cual se procedió a la elaboración “Guía Estudiantil” como un documento indispensable de registro y actualización permanente, que este accesible en todo momento en cualquier lugar y sobre todo en la biblioteca “Flavio Herrera”.

3.3.2 DOCUMENTACIÓN:

Se indagó en los archivos impresos y digitales de la OCI, estos fueron específicamente los que hacen referencia a reseña historia de la ECC, perfil de estudiante, reglamentos que rigen la actual administración, los pensum de estudio, libros, videos, entrevistas, y diversos informes estadísticos actualizados que publica sobre todo lo acontecido en los últimos siete años de la actual administración.

También se ha investigado en los diversos departamentos administrativos y laboratorios disponibles con que cuenta la ECC con el fin de recabar información precisa que deba comprender el contenido del presente proyecto. Se utilizará material bibliográfico adquirido en la formación de la carrera técnica de Publicidad Profesional y archivos personales de quien escribe el presente informe. (ECC-USAC 2008, 2009).

3.3.3 INTERNET:

El Internet fue una herramienta valiosa para la recopilación de datos, ampliando la información actualmente se ha generado la OCI, La página web de la ECC se ha confirmado como canal confiable para los estudiantes del primer semestre de las carreras técnicas, para investigar la historia y reglamento vigente que deben conocer. A través de la web la información fluye como una conexión directa al estudiante donde se informa en tiempo real, de manera agradable y dinámica que hoy está cambiando la forma de comunicarse oportunamente.

“Windham definen de manera acertada la estrategia que debe tenerse para mejorar el servicio al cliente por medio del internet: “En muchos sitios web, el servicio al cliente mejoró considerablemente este año. Está comprobado que a los usuarios les encanta recibir, a los pocos minutos de haber pedido algo un mensaje electrónico confirmando el pedido y luego otros informándome respecto a la entrega” (Windham, 2002).

Este conocimiento está siendo utilizado por medio de Facebook que administra la OCI. Datos estadísticos de esta página mostraron que a partir de la quincena de abril a mayo de 2011, el porcentaje de visitas se incremento con respecto a la población estudiantil en un 70 % del nivel de aceptación. Utilizado la estrategia que describe Windham se desea alcanzar el 100% de estudiantes. “La OCI, actualmente brinda servicio de información por medio del recurso de internet en los siguientes enlaces: (Rodas, 2008).

- Web: www.comunicacion.usac.edu.gt
- Mail: comunicacion.usac.edu.gt@gmail.com
- Facebook: wwwfacebook.com/comunicacion.usac
- Twitter: @eccusac.

3.3.4 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD:

3.3.4.1 Despacho del Señor Director ECC

Al conocer la problemática actual de los comunicadores el Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación resalto que están por evaluar a los alumnos de las carreras de Locución y Licenciatura con respecto a su desarrollo en el campo laboral. Este proyecto involucra a las empresas y empleadores que contratan personal profesional egresado de esta unidad académica para evaluar su desempeño y excelencia.

También se están desarrollando las bases comunicacionales y mejoras al pensum de estudios con el que actualmente contamos, porque a la verdad este debería ser actualizado

cada 5 años para tener una vigencia que permita una mejor evaluación y reconocimiento internacional que realmente merecemos. En estos momentos se encuentra desarrollando estrategias que permitan el reconocimiento de las carreras a nivel Centroamericano. Al cuestionarle acerca del porque no se continuaron las publicaciones de las “Guías Estudiantiles antiguas” indicó que fue por falta de seguimiento y motivación de las Asociaciones de Estudiantes, quienes habian iniciado esa buena labor comunicacional.

3.3.4.2 Oficina de Comunicación e Información –OCI–

El encargado directo de la Oficina de Comunicación e Información ratificó los objetivos principales de esta entidad comunicacional al decir; “transmitir la información de manera diferente, creativa y sobre todo veraz, ha sido una ardua labor puesto que muchas veces tiene que consultar las fuentes de determinados departamentos para confirmar su veracidad y así divulgar la información adecuadamente. Por tal motivo, debe certificar la certeza de los mensajes que aquí se generan, para guardar la imagen correcta e Institucional y así cumplir objetivamente el propósito por la cual fue creada.

Divulgar la información de manera clara, y precisa además de oportuna a toda la comunidad dentro de nuestra unidad ECC seguirá siendo de vital importancia. Indicó también que cada año solicita al coordinador de EPS de Licenciatura, estudiantes epesistas, para que puedan planificar y ejecutar proyectos de comunicación y desarrollo que impulsen el proceso de la comunicación que constantemente debe ser actualizado, esto en beneficio de la comunidad estudiantil. Que su mayor temor sigue siendo que esta oficina cierre sus puertas no solo a los practicantes, sino a toda una comunidad que solicita sus servicios como comunicador en la OCI.

Su administrador continúa solicitando patrocinio económico para desarrollar y mejorar el equipo con el que se cuenta dentro de la OCI, con el fin de avanzar en este tiempo de globalización tecnológica. La falta de recursos financieros no han limitado su labor por servir mejor al estudiante, muestra de ello es que se cuentan con las herramientas

dentro del internet que son de éxito como la página Web, Facebook, Twitter; que se apoya con el periódico “Tiempo”, la radio, carteleros y vitrinas.

También se cuenta con un sistema de circuito cerrado de televisión, la implementación del mismo fue adquirido mediante donación de dos televisores plasma marca LG de cincuenta pulgadas, donados a la ECC en el 2010. Tomando la presente administración el costo por instalación, puntualizó su administrador.

3.3.4.3 Auditorium Lic. Juan Carlos Fernández

Al indagar sobre el nombre de este importante recinto de la ECC se entrevisto vía telefónica al coordinador de -EPS- de Licenciatura, el Máster Yela quien proporcionó la información acerca del nombre que recibe el Aula Magna: “Auditorium Juan Carlos Fernández, quien fuera un distinguido docente y licenciado de Ciencias de la Comunicación , falleció siendo víctima de la violencia que aún impera en el país, cobardemente asesinado meses antes de culminar sus estudios de post-grado en Maestría”.

Actualmente el Auditorium es utilizado para el ejercicio de plenarios, seminarios, foros y generalmente es el lugar ideal para la embestidura de graduandos de las diferentes carreras. Las capacidades de este magnífico recinto son de 256 personas sentadas cómodamente. Cuenta con equipo de audio y de proyección de video.

3.3.4.4 Estudio de Televisión –Dr. Carlos Interiano –

El Lic. Stevens Mencos es el actual coordinador del departamento de televisión, manifestó que dicho estudio cuenta con 12 años de servicio, desde su elaboración como proyecto durante la administración del Lic. Carlos Interiano, este ha sufrido cambios notables hasta lograr el actual diseño profesional.

Desde sus inicios su principal objetivo fue brindar a los estudiantes de Periodismo y demás comunicadores un laboratorio de televisión con una infraestructura adecuada y con equipo profesional de televisión como cámaras profesionales, audio e iluminación, set de grabación y de entrevistas, estudio de control general que contara con isla editora profesional, para no solo ejecutar ejercicio de Periodismo, si no que realizar proyectos audio-visuales de comunicación profesionales.

Acerca de la historia del estudio de Televisión indicó que en el año 2000 el Lic. Carlos Interiano dejó el proyecto elaborado. Fue hasta el año 2002 cuando el mismo se hizo llegar ante el Consejo Superior Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien procedió a la aprobación del mismo, otorgando un presupuesto inicial de medio millón de quetzales. Durante la administración como director en esa época el Lic. Wagner Díaz realizó los trámites y cotizaciones pertinentes para la adquisición del primer equipo profesional del estudio de televisión. Dicho equipo estuvo guardado 5 años debido a la falta de un recinto adecuado para su instalación y ejecución del proyecto.

En el año 2004 al cambiar de administración el nuevo director Lic. Gustavo Bracamonte se interesó y procedió a la planificación y creación de la infraestructura adecuada que albergaría el estudio profesional de televisión. La investigación del espacio adecuado dio como resultado la incorporación del salón 210 y la unificación del salón que en ese entonces correspondía a la sala de redacción, ambos se localizaban en el segundo nivel del edificio de Bienestar Estudiantil, siendo reubicado el salón de redacción siempre en el mismo nivel.

Con la ampliación del salón 210 se logró el espacio necesario para montar e instalar el equipo que se encontraba guardado pero listo para dar a luz un nuevo laboratorio que los estudiantes necesitaban para ampliar sus oportunidades y desarrollo de su carrera. (La sala de redacción fue reubicada después del salón No. 202, siempre en el segundo nivel).

El estudio de Televisión “Dr. Carlos Interiano” cuenta con el siguiente equipo: Set de Control Central, dos cámaras profesionales, micrófonos inalámbricos tipo Profesional y Boom, dos set laterales que componen los camerinos de mujeres y de hombres, graderío para público con capacidad para 46 personas, un televisor plasma de 50 pulgadas, utilizado para apreciar de cerca las grabaciones. También cuenta con doble aire acondicionado para un mayor confort.

El estudio puede ser solicitado mediante la autorización del docente de aula o bien presentando la solicitud al Lic. Stevens Mencos, con la anticipación de cinco días. En el estudio de televisión se realizan de 1,000 a 1,500 trabajos y proyectos supervisados. Actualmente se imparte cátedra magistral al sexto semestre de la carrera de Periodismo del plan diario y PAD en horario de 16:00 a 17:00 horas.

3.3.4.5 Laboratorio de Fotografía ECC

El encargado del laboratorio de Fotografía ECC, indicó que en el año de 1987 inicia el laboratorio de fotografía al ser ubicada la ECC en el edificio de Bienestar Estudiantil, primer nivel. En el segundo semestre del mismo año se contrato al señor Carlos Mendoza quien es actualmente la persona encargada del laboratorio de fotografía, cumpliendo 18 años de servicio continuo a partir del traslado de la ECC al edificio de Bienestar Estudiantil.

El equipo con que contaba en el año de 1985 era con dos ampliadoras de fotografía que fueron adquiridas mediante donación y que por falta de infraestructura estuvieron guardadas dos años. Las autoridades habilitaron en laboratorio en el primer nivel del Edificio de Bienestar Estudiantil brindando así la infraestructura y mobiliario para dar paso a un nuevo laboratorio fotográfico.

El equipo con que cuenta actualmente este laboratorio análogo de fotografía es: 10 ampliadoras. Tanques para revelado con sus respectivas bandejas. Equipo de Iluminación (reflectoras y sombrillas), para fotografía de productos publicitarios. Lo único que aporta el estudiante son los químicos y material de revelado.

El laboratorio recibe actualmente de 1,500 a 2,000 alumnos por semestre. Las capacidades máximas para impartir dicho curso son de 30 alumnos por sesión fotográfica. Para poder solicitar los servicios con que cuenta el laboratorio también debe solicitarse al encargado con previa anticipación de 4 días, puesto que continuamente está siendo utilizado para los cursos de fotografía que actualmente imparten cuatro docentes. El estudiante debe identificarse mediante carné universitario e indicar el proyecto que necesita desarrollar, indicar el curso, semestre y docente que le imparte fotografía.

3.3.4.6 Biblioteca “Flavio Herrera”

Las personas encargadas de este recinto son la Licenciadas Magali Zabala y Alejandrina Flores, quienes proporcionaron información detallada y de importancia para el contenido de la “Guía Estudiantil”. Conociendo acerca de la historia de la Biblioteca la Licda. Zabala manifestó que la misma tomó el nombre de “Flavio Herrera”, en honor al insigne escritor guatemalteco, quien también fuera director de la Escuela Centroamericana de Periodismo -ECAP- en los años cincuenta.

La Biblioteca funciona en el segundo nivel del edificio Bienestar Estudiantil. La Licda. Flores indicó que se cuenta con aproximadamente cuatro mil documentos bibliográficos, entre los que se hallan libros, enciclopedias y revistas. Además se conserva una colección aproximada de 400 tesis de graduación, así como trabajos de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de licenciatura y trabajos de las carreras técnicas de Periodismo, Locución y Publicidad.

3.3.4.7 Sala de Redacción ECC

La encargada de la “Sala de Redacción” proporciono la siguiente información sobre este laboratorio: La sala cuenta con 31 máquinas mecánicas de escribir tipo Remington y de marcas diversas. Para utilizar los recursos se solicita la presentación de su carné.

3.3.4.8 Recopilación Histórica del Muro del Edificio del Bienestar Estudiantil

El Lic. Marco Antonio Pineda indicó tener conocimiento acerca de la historia del mural que pertenece al edificio de Bienestar Estudiantil y que contaba con una recopilación original del informe del arte del mural que le fuera otorgado directamente por el artista y pintor italiano Aurelio Ceccarelli en el año de 1994. Al conocer el propósito de la investigación y como aporte a la sección histórica que presenta este documento, decidió brindar esta importante información para su publicación y divulgación a la comunidad ECC, mediante la “Guía Estudiantil”. Concluyó con estas palabras, “muchos señalan que se ha perdido el arte histórico del mural que contiene el edificio de Bienestar Estudiantil a causa de los árboles frondosos que hoy lo cubren, pero yo les invito a conocer las razones y el propósito por lo cual esta hermosa vegetación existe y es que redescubran y busquen la verdadera historia del mural”

3.3.5 GRUPOS FOCALES:

Se organizaron dos grupos focales de conversación y ayuda para conocer las deficiencias y las mejores soluciones a los problemas que se han tenido entre estudiantes y personal administrativo, por tal motivo estos grupos lo incluyen.

El primer grupo lo conforman estudiantes activos de las diferentes carreras y de la licenciatura. Durante la entrevista realizada sobre la comunicación informativa dentro de la ECC, varios declararon que hace falta un medio que reúna toda la información acerca de los tramites que corresponden a cada carrera y a su vez una entidad que se encargue de brindar la

información y aclarar dudas correspondiente a la misma, comprobando la falta de conocimiento que tiene el estudiantado con respecto a la Oficina de Comunicación e Información -OCI-.

El comentario de Oswaldo Reyes del primer semestre de Locución, respecto a la comunicación de la escuela es interesante cuando dice: “Debería de haber mas información y acceso a la misma, me ha tomado mucho tiempo recabar información, la mayor parte se encontraba aislada y no había materiales impresos de ayuda, además debería de haber un kiosco en la entrada a los edificios con una persona encargada que proporcione los pasos a seguir para resolver determinados problemas con respecto a los tramites”

Alexandra García: “Si actualmente existe una oficina de información debería darse a conocer y especificar los servicios y consultas que ahí podemos plantear, de esta manera sentirnos seguros cuando no tenemos consuelo con respecto a los servicios en general. Tendríamos la certeza que a nuestros trámites les dieran el seguimiento adecuado para ser resueltos en el menor tiempo posible, además otros maestros también deberían de ayudar a informar en las aulas”

Cuando se indagó a los estudiantes si a ellos les gustaría que toda la información relevante y necesaria estuviese disponible de forma impresa y digital por medio de una Guía Estudiantil ECC, confirmaron que en estos momentos es necesaria y de suma importancia para realizar sus trámites de manera pertinente y ordenada.

María Fernanda Pérez opina “Ha observado que no hay unidad académica en la ECC. Ha observado problemas constantes dentro del personal administrativo que deberían de cambiar en su conducta, ser más amables para dar su servicio. También indicó que le sorprende la rivalidad que están enfrentando a los estudiantes de Publicidad y Periodismo.

El estudiante Javier Godoy opina que debería darse la información a través de páginas Web que sean específicas para cada carrera, los medios impresos de igual forma. El periódico -Tiempo- debería distribuirse quincenalmente. La información por email no debería ser mensual, de preferencia debe ser publicada cada quince días. Para finalizar

indicó que la información debe presentarse de manera específica a cada carrera y no de forma general como actualmente lo informan.

Este grupo focal indicó que la OCI, debe darse a conocer como una oficina adecuada y reconocida para solicitar todo tipo de información. Desarrollar estrategias que reflejen cambios reales en beneficio de todos los que saben que les decepciona la falta de atención a sus necesidades. Es importante observar que la mayoría coincide en decir; he descuidado mis obligaciones con respecto a realizar los trámites en su tiempo y que corresponden a su carrera, lo han dejado a última hora. Consideran que es un mal hábito del cual tienen que liberarse para poder desempeñar su profesión de manera exitosa.

3.3.5.1 Segundo grupo focal

Grupo que constituye personal administrativo (se omiten nombres de los departamentos y de las personas participantes por seguridad y confianza de sus emisores). Al realizar la sesión grupal han ratificado que la problemática que actualmente arrastra la mala comunicación que lleva años, sigue siendo la falta de interés de parte de los estudiantes, demostrado al dejar sus trámites a última hora, los resultados a esta falta de atención son; demora para resolver trámites urgentes debido a la acumulación de solicitudes que siempre se realizan fuera de tiempo. La falta de atención de parte de los estudiantes hace que el sistema administrativo colapse y luego seamos tachados de ser personas ineficientes y poco comprensivas. Cabe notar que los mensajes siempre son divulgados con suficiente tiempo para brindar un servicio de atención personalizado y adecuado según lo solicita cada estudiante y docente.

Buscar estrategias comunicacionales y publicitarias para que se puedan generar los cambios de hábito es una tarea casi imposible de lograr. Pero no debe detener a los encargados de la OCI por desarrollar y planificar métodos adecuados de concientización ante la falta interés y malos hábitos que perjudican el bienestar académico de esta comunidad estudiantil.

Hacer las tareas y trámites en su debido tiempo genera satisfacción tanto para estudiantes como para el personal administrativo y docente. Aprovechar el tiempo es un factor importante para el desarrollo de una mejor comunicación que claro está, todos deseamos obtener. Anhelamos que los cambios se den y que la OCI sea un medio de conciliación para el desarrollo de mejores relaciones interpersonales que construyan las bases solidas para una Escuela que proyecta un alto grado de responsabilidad y excelencia.

3.3.6 ENCUESTAS:

El total de estudiantes en el año 2011 asciende a 5,433 inscritos. (Girón, 2011). La muestra tomada para las encuestas es de 195 estudiantes activos que integran la Escuela de Ciencias de la Comunicación pertenecen a las carreras de Periodismo, Locución Publicidad incluyendo Licenciatura, Maestrías y Doctorado, que asisten a las jornadas vespertina, nocturna y PAD. (Ver anexo 9.4).

Para la mayoría de estudiantes encuestados, creen necesario la creación de una “Guía Estudiantil” que pertenezca e informe específicamente a la comunidad estudiantil de la ECC. (Ver anexo 9.5). La única manera impresa que conocen y han recibido ha sido por medio de trifoliales, bifoliales. En estos momentos conocen el folleto de síntesis histórica que les parece una guía estudiantil general. “Guía histórica para estudiantes de primer ingreso la USAC.”

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$N = \frac{N \times Z_2 \times p \times q}{d \times (N-1) + Z_2 \times p \times q}$$

Valores en donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

¿A cuántos estudiantes tendríamos que estudiar para conocer la preferencia del mercado en cuanto a la elaboración de la 1º. Guía Estudiantil –ECC-, si se conoce que el número de estudiantes en el sector de interés es de 5,433 inscritos?

Seguridad = 95%;

Precisión = 3%;

Proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5%; si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor $p = 0.5$ (50%) que maximiza el tamaño muestral.

$$N = \frac{5,433 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2 \times (5,433 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

N = 195.5 Encuestas a estudiantes de la ECC.

Se requerirá encuestar a no menos de 195 estudiantes para poder tener una seguridad del 95% de confianza. El margen de error para el presente análisis será del 5% del número total de la población estudiantil. (Torres, 2011).

3.4 FODA:

3.4.1 FORTALEZAS

- La institución tiene clara su estructura operativa y desea participar activamente por el cumplimiento de sus objetivos.
- Se cuenta con los medios de comunicación adecuados para transmitir la información.
- Se cuenta con el apoyo de estudiantes de EPS, desarrollando estrategias de comunicación adecuadas, para asegurar el desempeño y optimización de los recursos con que cuenta la OCI.

3.4.2 OPORTUNIDADES

- Obtener el apoyo de las autoridades universitarias Superiores para mejorar la calificación de la Escuela para su respectiva acreditación al momento de institucionalizarse como Facultad Académica.
- Se cuenta con un grupo objetivo que atrae la inversión privada para la elaboración destinada al proyecto.

3.4.3 DEBILIDADES

- La información actualmente continua dispersa y la existente ha perdido vigencia.
- El lugar donde se ubica la oficina actualmente, no es el adecuado para informar a los estudiantes que requieren atención inmediata.
- No hay uniformidad en la manera de transmitir la información, puesto que existen dos departamentos con este fin.

3.4.4 AMENAZAS

- Una amenaza externa es el cambio de administración que pone en riesgo la continuidad del material que se está elaborando.
- Falta un presupuesto específico para la OCI.

3.5 PROBLEMAS DETECTADOS

Se han detectado los siguientes conflictos administrativos y estudiantiles dentro de esta unidad académica siendo los siguientes:

- La falta de unidad, ha ocasionado problemas a la OCI para transmitir con uniformidad el servicio de comunicar e informar.
- Falta de reconocimiento del estudiante respecto a la OCI, sus funciones y la identificación de los materiales y el servicio web, que brinda y da información continúa. Muchas veces rechazado por el estudiante por paradigmas erróneos formados.
- Presupuesto no disponible para la producción de materiales que se diseñan para ser impresos a color que sean de alta calidad, que ayuden a una mejorar el impacto del mensaje a través de una optima presentación visual de lectura rápida, agradable y sobre todo correcta, confiable para el estudiante.

3.6 INDICADORES DE ÉXITO

- La utilización de los medios masivos de comunicación que actualmente se utilizan como el periódico Tiempo y la radio Comunicación USAC 92.1 FM. Los medios alternativos como el internet: página Web que está siendo constantemente modificada y actualizada. Contar con un circuito cerrado de televisión en el edificio M-2.

- Se cuenta con el equipo y software especializados para la elaboración y desarrollo de óptimos materiales con buen diseño gráficos que impulse la lectura de la información que actualmente se genera.
- Apoyo por parte de la Agencia de una agencia de Publicidad interna “Lagencia” para el trabajo en equipo de materiales y campañas de publicidad de impacto.
- Apoyo de una persona capacitada como web-máster que pertenece a la ECC, identificando por su experiencia, las necesidades que enfrenta la comunidad. Motivo por el cual le preocupa definir la manera correcta de insertar la información a la Web para la mejor comprensión de los mensajes publicados.

4. PROYECTO A DESARROLLAR

“GUÍA ESTUDIANTIL COMO DOCUMENTO INDISPENSABLE PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA ECC USAC.”

4.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LA ESTRATEGIA DEL PROYECTO

Partiendo de las necesidades comunicacionales identificadas en el diagnóstico realizado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC-, se evidencia la necesidad de crear una “Guía Estudiantil” que se actualice de forma periódica con información accesible, clara y unificada que ayude a optimizar el tiempo que el estudiante ocupa para realizar sus trámites.

A través de la realización de una campaña comunicacional con metodología publicitaria eficaz, se pretende proporcionar los mecanismos estratégicos adecuados, que permitan persuadir y a su vez generar cambios de actitud deseados en nuestro grupo objetivo por medio de la campaña estratégica y comunicacional denominada “El tiempo vuela”. El propósito de la misma será el de crear en el estudiante una necesidad por realizar los trámites de la segunda asignación de cursos con el debido tiempo de anticipación.

La campaña publicitaria será altamente comprensible, agradable y fácil de recordar asegurando el impacto comunicacional deseado, dando fiel cumplimiento a las ordenes establecidas por el despacho del señor director, M.A. Gustavo Bracamonte. Esto traerá muchos beneficios y mejorará las relaciones interpersonales entre estudiantes y personal administrativo.

También se desarrollará la campaña comunicacional dirigida a la divulgación de la “Guía Estudiantil” esta campaña tiene el propósito de alcanzar a nuestro grupo objetivo que son los estudiantes de las diferentes carreras técnicas, licenciaturas y post grados para confirmar el proceso de cambio de actitud de no dejar los trámites a última hora, de esa forma se busca unificar la estrategia comunicacional con el propósito de lograr un mayor impacto en la vida universitaria de cada estudiante.

4.2 OBJETIVO GENERAL

- Informar de manera integral al estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación a través del fortalecimiento de la Oficina de Comunicación e Información, generando materiales idóneos para el efecto

4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Que la “Guía Estudiantil” describa los valores institucionales, filosofía y planeación estratégica interna. Asimismo proporcione información acerca de los recursos educativos con los que cuenta la comunidad estudiantil de la ECC y que la mayoría de veces deja de disfrutar por desconocimiento de los mismos.
- Realizar una campaña comunicacional que proporcione los mecanismos adecuados y estratégicos que logren persuadir y generar cambios de actitud deseados en la comunidad estudiantil de la ECC.

- Involucrar a estudiantes del EPS en las áreas de periodismo, locución y publicidad con la finalidad de reforzar la campaña comunicacional para motivar y alcanzar a todo el grupo objetivo según la campaña estratégica comunicacional.

4.4 ACTIVIDADES QUE OPERATIVIZAN LA ESTRATEGIA

4.4.1 COLOCACIÓN DE BOLETINES INFORMATIVOS “ENTERADO”

Los boletines se estarán colocando en cada puerta de los salones de clase de los edificios de Bienestar Estudiantil y M-2. También se colocarán en la puerta de entrada de cada servicio sanitario, carteleras, circuito cerrado. También se alojará la información a través de las redes sociales de comunicación por medio de: Facebook, Twitter y la Página Web. Para reforzar su propósito, estos incluyen consejos prácticos para anticipar el periodo a su asignación de los estudiantes.

- ✓ Producto de boletines impresos:

Se colocarán boletines informativos “Enterado” que describen y anuncian el trámite de fechas y proceso a seguir. (Ver anexo 9.8.1).

4.4.2 VINÍLICOS

Serán colocados artes vinílicos en lugares estratégicos y de mayor frecuencia de rotación visual dentro de los edificios M-2 y Bienestar Estudiantil. La primera etapa se pretende ejecutar la prueba piloto que es la asignación de cursos del segundo semestre. Y la segunda fase promocionará la Guía Estudiantil para que pueda ser visualizada a través de la página Web: www.comunicacion.usac.edu.gt

✓ Productos de artes vinílicos:

Se colocarán dos artes vinílicos repartidos de la siguiente manera: siguiendo la estructura de la campaña comunicacional “El tiempo vuela” se colocará un arte vinílico en el pasillo izquierdo del edificio M-2 espacio que será autorizado por el coordinador de “Lagencia”, el Lic. Hugo Nery Bach. El segundo arte vinílico será colocado en el Edificio de Bienestar Estudiantil segundo nivel, en el pasillo derecho. El tiempo para la colocación será la segunda semana de agosto con un tiempo de visualización de un mes. (Ver anexo 9.8.2).

4.4.3 CIRCUITO CERRADO

Se realizará una secuencia de anuncios, que incluirán el spot de TV de la campaña denominada “El tiempo vuela”. Este será observado en los tres televisores con que cuenta el circuito cerrado que se encuentran ubicados en el edificio M-2 segundo nivel. Los Spots para el circuito cerrado de televisión iniciarán su visualización a partir de la quincena de agosto 2011.

Este spot de TV tiene un tiempo de duración de un minuto, sumando los videos de la secuencia de anuncios hacen un total de 30 minutos. Este reel de anuncios también cuenta con información de la página Web y correos electrónicos de Control Académico. Además incluye cada dos minutos un anuncio publicitario motivacional y de liderazgo. El objetivo de elaboración de la estrategia pretende estimular al estudiante a la acción e influir de manera positiva sus sentidos, a la vez que reforzará la campaña informativa respecto a la Guía Estudiantil, porque se tiene la confianza de ser bien recibida y tendrá el éxito suficiente para ser recordada.

✓ Producto de spot y reel de anuncios que será transmitido a través del Circuito Cerrado ECC.

La justificación del producto para el circuito cerrado de TV de la ECC es el siguiente: observamos a una modelo durmiendo (ver anexo 9.8.4) se realiza a

través del programa de edición un acercamiento a la modelo que se encuentra durmiendo. En la mesa de noche un reloj despertador que enmarca el logotipo de la ECC. Este comienza a activarse (se aplicará un efecto digital de tal manera que se observe que vibra). Luego al notar que no escucha la alarma al reloj le salen alas, como de paloma y el mensaje queda claro. Este incluye un efecto de sonido correspondiente a la alarma de un reloj despertador.

Luego se observará la frase del anuncio “El tiempo vuela” se aplicará una disolvencia, se mostrarán las fechas (del 22 al 11 de septiembre). Se aplicará otra disolvencia, se coloca la palabra “Asígnate” nuevamente otra disolvencia, mostrará el link de la página web de asignaciones ECC, otra disolvencia, aparece un reloj que va volando.

El objetivo del anuncio es para señalar que debemos estar alertas, no dormirnos, porque la consecuencia es que el tiempo realmente vuela (tiene alas). Al finalizar el spot y la secuencia de anuncios, se observará los créditos de haber sido realizado en la ECC USAC y la Oficina de Comunicación e Información -OCI-.

También el spot cuenta con información para recordación de la página web, solicitar nuevo pin con indicación a los correos electrónicos que brinda Control Académico ECC. Incluye cada dos minutos un anuncio creativo y de motivación sobre la optimización del tiempo. (Ver anexo, 9.8.5).

4.4.4 BANNERS PUBLICADOS EN LAS REDES SOCIALES

Estos banners continúan la secuencia de la campaña comunicacional “El tiempo vuela” se comenzará a visualizar en la quincena de agosto 2011. Los banners e información en la página web, facebook y twitter, también tendrán una frecuencia de cada 15 días, la estrategia pretende persuadir a nuestro grupo objetivo sobre las acciones a tomar con respecto a la realización de sus trámites.

EL primer banner visualizará el reloj indicando las fechas, el sello comunicacional de OCI “Desarrollando Comunicación”. El segundo banner mostrará al reloj desapareciendo de la vista. Estos boletines también incluirán consejos que ayuden a recordar el proceso de asignación y trámites. Reforzará la memorización de los diversos trámites. Es notable indicar que la página Web permite la rotación automática de este tipo de banners. (Ver anexo 9.8.3).

4.4.5 FACEBOOK

La estrategia a seguir en Facebook, como red social efectiva, iniciará su publicación a partir del 15 de agosto, con una secuencia de cada 12 horas, mediante notas en el muro que brinden información sobre las fechas y procesos a seguir en los diferentes trámites, siguiendo la prueba piloto sobre la segunda asignación cursos correspondiente al segundo semestre de todas las carreras. (ver anexo 9.8.6)

4.4.6 TWITTER

Por ser un medio social de internet que funciona como mensajes tipo telegrama, la información será resumida sobre las fechas exactas, proceso y consejos para anticipar su asignación, inicia la segunda semana de agosto.

- ✓ Productos de banners para las redes sociales en la página Web, Facebook y Twitter.

Los colocados en el Facebook y Twitter solo serán utilizados como fotografía de perfil, pero la información en el muro en su contenido a través de notas personalizadas será el mismo que brinda la campaña. En Twitter la estrategia es la misma, con la imagen de foto de perfil, mensaje directo y para finalizar se enviaran correos masivos con mensajes y banners especiales que contengan la misma información.

Esta frecuencia también reforzará mediante notas de consejos sobre cómo administrar el tiempo y desarrollar una planificación adecuada de tareas, todas enfocadas a tener un mejor nivel universitario.

4.4.7 ENTREGA DE LA “GUÍA ESTUDIANTIL” DE LA ECC

Se entregará un documento impreso de la “Guía Estudiantil” al señor director M.A. Gustavo Bracamonte para que puedan iniciar los trámites de solicitud del presupuesto requerido ante el Consejo Superior Universitario -CSU- para la impresión. Al ser aprobado el documento se iniciará la proyección de la campaña publicitaria para este importante proyecto, utilizando para ello todos los canales disponibles y con base en la experiencia obtenida durante campaña publicitaria “El tiempo vuela” asegurar nuevamente el éxito y divulgación de la misma.

A su vez se solicitará el apoyo de los estudiantes del grupo focal y demás invitados para planificar conjuntamente este último proyecto y posteriormente se procederá entregando el material en cada salón, en su defecto anunciar su publicación y alojamiento en la Página Web. Esta entrega del documento queda sujeto a la autorización y aprobación del CSU y notificación de las autoridades de la ECC por medio del señor director el M.A. Gustavo Bracamonte. Se estima que la publicación oficial y de alojamiento a través de los canales electrónicos será en octubre 2011.

✓ Producto del proyecto final de la Guía Estudiantil ECC

El producto final de proyecto denominado “Guía Estudiantil” es un documento con un alto contenido de información; valores institucionales, filosofía e historia, pensum de estudio de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado, información de los recursos educativos y tecnológicos y por último una pequeña descripción y función de cada departamento en la ECC. El resultado del proyecto es un producto final de excelente calidad en diseño, fotografía y diagramación que cumple las expectativas

estratégicas y comunicacionales requeridas por las autoridades y con especial mérito por su colaboración y coordinación M.A. Gustavo Pardo, actual encargado de la Oficina de Comunicación e Información -OCI-.

4.5 FINANCIAMIENTO

Recursos propios que la ECC y presupuesto que sea aprobado por parte del Consejo Superior Universitario para la impresión de la “Guía Estudiantil”.

4.6 PRESUPUESTO

4.6 Cuadro de Presupuesto

No.	Descripción del Producto	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO SUB/TOTAL	APROBACIÓN DE PRESUPUESTO
PRIMERA ETAPA DE LA EJECUCIÓN					
01	Boletín Informativo No.1 papel azul.	120	Q. 1,16	Q.199,20	Aprobado
02	Vinílicos No. 1	4	Q. 80,00	Q.320,00	Aprobado
03	Artes para página Web	8	Q.00,00	Q.00,00	Aprobado
04	Fotografía digital	46	Q.00,00	Q.00,00	Aprobado
05	Anuncios en el periódico "TIEMPO"	1	Q.00,00	Q.00,00	Aprobado
SEGUNDA ETAPA DE LA EJECUCIÓN					
06	Boletín Informativo No.2	120	Q.3,33	Q.199,20	Aprobado
07	Vinílicos No. 2 "Guía Estudiantil"	4	Q.80,33	Q.320,00	Pendiente de solicitud
08	Artes para página Web	6	Q.00,00	Q.00,00	Aprobado
09	Video-spot para el circuito cerrado M2.	2	Q.00,00	Q.00,00	Aprobado
10	Presentación de Dummy full Color	5	Q.195,00	Q.975,00	Aprobado
11	Precio total de la primera edición "Guía Estudiantil" de la ECC.	5,000	Q.5,49	Q. 27,450,00	Presupuesto en proceso de aprobación
12	Segunda edición de la Guía que recibirán estudiantes nuevos, año 2012	1,000	Q.8,50	Q.8,500,00	Pendiente de solicitud
	Sub total			Q.38,164,20	
	Imprevistos 10%			Q.3,816,42	Pendiente de solicitud
PRECIO TOTAL EN QUETZALES DEL PROYECTO ESTATÉGICO COMUNICACIONAL				Q.41,980.00	

4.7 BENEFICIARIOS

Cuatro mil, quinientos treinta y tres (4,533) Estudiantes de las diferentes carreras Técnicas, Licenciatura, Post-gradados. Indirectamente también beneficiará al personal docente y administrativo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación – USAC-. (Girón, 2011).

4.8 RECURSOS HUMANOS

- Ronny Meléndez. (Publicista). Epesista de Licenciatura.
- M.A. Gustavo Pardo (Coordinador de -OCI-).
- M.A. Gustavo Bracamonte Cerón. (Director).

4.8.1 PERSONAL ADMINISTRATIVO

- Gabriela Alejandra Girón (Control Académico).
- Karla del Pilar Sotoj (Control Académico)
- Ana Isabel Jiménez (Control Académico).
- Magali Zavala (Biblioteca).
- Alejandrina Flores (Biblioteca).
- Equipo de Comunicación –EPS- En la oficina Periódico ECC “Tiempo”.
- Violeta Cetino (Periodista Profesional).

4.9 ÁREAS GEOGRÁFICAS DE ACCIÓN

- Edificio M2, Campus Central USAC, zona 12, Guatemala.
- Edificio de Bienestar Estudiantil, Campus Central, USAC, zona 12, Guatemala.

4.10 CUADROS OPERATIVOS DE LA ESTRATEGIA

4.10. CUADRO OPERATIVO DE LA ESTRATEGIA

No.	Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
01	Boletín Informativo "ENTERADO"	a) Persuadir y concientizar a la población estudiantil, sobre la importancia de realizar sus trámites con tiempo. b) Prueba piloto para identificar la necesidad de información y su asimilación previo a elaborar la Guía Estudiantil.	Q.200.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y edificio de Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12	Total de población Meta en la ECC.	4 y 5 de agosto
02	Vinílicos	Con mensaje directo al grupo objetivo sobre prever a tiempo sus trámites y a la vez creando expectativa sobre la nueva forma de estar informado	Q.320.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de población Meta	15 de agosto
03	Redacción y diseño de Artes para página Web ECC	Crear interés por la nueva manera en que serán informados por la Guía Estudiantil, y concientizar a los estudiantes sobre prever su asignación de cursos.	Q.0.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de población Meta	10 de agosto
04	foto Estudio Con el propósito de contar con una Galería de imágenes	Los estudiantes podrán expresarse de manera fotográfica sus habilidades para dar a conocer las diferentes carreras y así aportar una galería de fotos propia de la ECC.	Q.0.00	-EPS- Ronny Meléndez y estudiantes de la ECC.	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	OCI-ECC	13 de agosto
05	Anuncio publicitario en el Periódico ECC "Tiempo"	Los estudiantes podrán observar por este medio la campaña de expectativa previo a la obtención de la Guía Estudiantil.	Q.0.00	"EPESISTAS del Periódico ECC. "Tiempo"	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de población Meta	16 de agosto

4.10. CUADRO OPERATIVO DE LA ESTRATEGIA (cuadro No.2)

No.	Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
06	Boletín Informativo No.2 "ENTERADO"	a) Persuadir y concientizar a la población estudiantil, sobre la importancia de realizar sus trámites con tiempo. b) Expectativa sobre la Guía Estudiantil ECC segunda fase c) Prueba piloto para realizar los trámites de asignación de cursos.	Q.200.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y edificio de Bienestar Estudiantil, ciudad Universitaria, zona 12	Total de población Meta en la ECC.	18 y 19 de agosto
07	Vinílicos No. 2	Crear expectativa publicitaria, con respecto a la Guía Estudiantil. Esta campaña creará el fortalecimiento de la institución en beneficio de toda la comunidad ECC.	Q.320.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de población Meta	22 de agosto
08	Artes para pág.Web ECC	Recordatorio para realizar sus trámites con el debido tiempo.	Q.0.00	-EPS- Ronny	M2 y BE.	población Meta	26 de agosto
09	Videos para el circuito cerrado de la ECC en el edificio M2.	Promocionar la nueva Guía Estudiantil ECC y sus contenidos de manera interactiva y con visualización en la Página web previo a estar disponible de manera impresa.	Q.0.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de población Meta	17 de agosto
10	Propuesta y presentación impresa de la Guía Estudiantil de la ECC.	Que las autoridades académicas y estudiantes puedan apreciar de manera impresa la Guía Estudiantil mediante un Dummy real del arte final.	Q.40,689.00	-EPS- Ronny Meléndez	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de población Meta	5 de Septiembre
11	Entrega de los Materiales impresos Guía Estudiantil	Con la entrega a los estudiantes en cada aula y bibliotecas de la USAC, culmina el proyecto para fortalecimiento institucional de la ECC.	Q.0.00	Máster Pardo y Epesista Ronny.	Edificio M2 y BE. USAC, zona 12	Total de Población Meta	18 de Septiembre

5. INFORME DE EJECUCIÓN.

5.1 CAMPAÑA COMUNICACIONAL “EL TIEMPO VUELA”

El primer día de agosto se presentó al coordinador de la Oficina de Comunicación e Información -OCI-, la propuesta de la estrategia denominada “El tiempo vuela”. También fue solicitada por el señor director de la ECC. El proyecto se realizó con el propósito de concientizar y motivar a los estudiantes a no dejar a última hora la segunda asignación de cursos del respectivo semestre para todas las carreras y jornadas. El presupuesto fue aprobado y se autorizó la ejecución de la campaña.

5.2 COLOCACIÓN DE BOLETINES “ENTERADO”

Justificación de arte de boletines

Se colocaron boletines informativos “Enterado” estos corresponden a la nueva imagen creada durante la elaboración de materiales para la OCI. Los impresos informativos son de color azul. La justificación del arte es invitar a la búsqueda de información vía internet proporcionando para ello los link de las redes sociales y la página Web. La manera correcta de leer el nuevo nombre de los boletines es: ENTER refiriéndose a la tecla de acción de la computadora para ejecutar los programas determinados. En medio una figura de mano electrónica; figura retórica cuyo significado es hacer click en la tecla ENTER, que unificado queda ENTERADO; ENTER-imagen de una mano-ADO. (Ver anexo 9.8.1).

➤ **Objetivos específicos**

- ✓ El objetivo de los boletines fue brindar de manera anticipada la información sobre fechas y procedimientos para que los estudiantes planificaran su agenda y así proceder a realizar su asignación, anticipándose así a cualquier inconveniente y atraso al momento de su trámite. En el diagnóstico se observó que la mayoría de problemas para el estudiante destacaba solicitar y tramitar un nuevo PIN para su asignación.

- ✓ Las autoridades académicas concedieron un plazo de 21 días para realizar la asignación (del 22 al 11 de septiembre). Con base en la experiencia de la primera asignación se elaboró un arte previo y se colocaron boletines “Enterado” en la quincena de julio, publicándose en carteleras y vitrinas de ambos edificios, brindando así la información sobre fechas de la segunda asignación de cursos con un tiempo de anticipación de dos meses y once días, cumpliendo el propósito de OCI de divulgar adecuadamente la información. También por medio de las redes sociales Facebook y Twitter se reforzó la información de manera anticipada.

- ✓ La divulgación oficial para asignaciones del segundo semestre se realizó con 28 días de anticipación y con una rotación en su información de cada 15 días. También se anunció la apertura de asignación extemporánea. (Ver anexo 9.8.1) Cumpliendo así con la primera fase de ejecución de la estrategia programada según calendarización descrita en la segunda fase del IFEPS.

- Público objetivo
 - ✓ Estudiantes de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado, que totalizan 5,433 inscritos. Los cuales deben de ser informados periódicamente para recordar la importancia del trámite de la segunda asignación de cursos.

- Medios utilizados.
 - ✓ Los medios utilizados para la ejecución de la estrategia han sido artes impresos, boletines informativos “Enterado”. Se colocaron los mismos, en la parte superior de las puertas de todos los salones de los edificios de la ECC.

- Áreas Geográficas de impacto
 - ✓ Las áreas de impacto están comprendidas dentro de las instalaciones que corresponden a la ECC; edificio de Bienestar Estudiantil y M-2. Todas las aulas, vitrinas y carteleras disponibles, puertas de servicios sanitarios y biblioteca “Flavio Herrera”

- Presupuesto Invertido en la impresión de boletines.
 - ✓ Boletines informativos “Enterado” cantidad 120 hojas de color azul especial proporcionados por OCI con un valor de Q. 199.20.00.

5.3 SPOT DE TELEVISIÓN Y SECUENCIA DE ANUNCIOS PARA EL CIRCUITO CERRADO EN EL EDIFICIO M-2

- Justificación del spot para TV y secuencia de anuncios.
 - ✓ Comprende un spot publicitario de comunicación estratégica “El tiempo vuela” realizado con un tiempo de duración de un minuto. (ver anexo 9.8.4). Incluye una secuencia de anuncios con información de Control Académico, indicaciones de correos electrónicos, la página Web y redes sociales de comunicación. (Ver anexo 9.8.5). También contiene para su visualización videos que estimulen la creatividad, liderazgo y a comprender la importancia de optimizar el tiempo.
 - ✓ “El tiempo vuela” La campaña se presenta junto a una secuencia de anuncios. El spot de TV describe la estrategia de la manera siguiente: Muestra una modelo que duerme y no escucha el despertador; basado en la experiencia vivida de las personas cuando duermen en exceso a pesar de contar con un reloj despertador que los invite a la acción de levantarse, continúan durmiendo. El sueño muchas veces no permite percibir las alertas y es causa de perder oportunidades en la vida, lo mismo ocurre cuando se

deja los trámites importantes a última hora, como consecuencia las oportunidades pasan y nunca volverán.

- ✓ “El tiempo vuela” es una campaña publicitaria que invita a tomar las medidas necesarias y de acción, puesto que funcionara como un reloj despertador con la ventaja digital de alarmas continuas a toda hora, por todos los medios de comunicación, seguro que no fallará. (ver anexo 9.8.4)

➤ Público Objetivo

- ✓ El público objetivo lo constituyen todos aquellos estudiantes de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado, que visitan el departamento de Control Académico y que preguntan acerca de los trámites o tienen duda sobre los medios electrónicos y de internet pertinentes para asignarse. (ver anexo 9.8.9)

➤ Objetivos específicos de la secuencia de anuncios

- ✓ Invitar a los estudiantes a la acción y cambiar sus malos hábitos. Estar alerta y realizar su trámite con tiempo. Porque el tiempo realmente vuela.
- ✓ Al informar por todos los medios de comunicación disponibles con que cuenta la ECC los estudiantes no podrán tener excusa que no se les informa con tiempo suficiente mediante diversos canales de comunicación y con una campaña de expectativa adecuada a nivel intelectual que propone esta unidad académica.
- ✓ Dar a conocer de manera visual la información para que su recordación sea bien asimilada y trabaje en el consciente de los estudiantes, incentivándolos tomar acción con el debido tiempo de anticipación para asignarse.

- Medios Utilizados.
 - ✓ Circuito cerrado de televisión por medio de tres televisores ubicados en el pasillo que conduce a las ventanillas de Control Académico en el segundo nivel del edificio M-2. (dos televisores de 42 pulgadas y uno de 14 pulgadas).

- Áreas Geográficas de impacto
 - ✓ Edificio M-2 exactamente pasillo del ala izquierda del segundo nivel. El área es visitada continuamente por estudiantes que se dirigen al departamento de Control Académico para solventar problemas con la segunda asignación de cursos o diversos trámites.

- Presupuesto Invertido en la elaboración del spot de TV y secuencia de anuncios.
 - ✓ 2 DVD para el grabado de videos y spot “El tiempo vuela”, OCI proporciono los materiales con un valor de Q. 20.00.

5.4 ARTES DE VINÍLICOS

- Justificación de los artes en material vinílicos.
 - ✓ Comprende dos artes vinílicos que fueron elaboradas con el mismo diseño gráfico (ver anexo 9.8.2). Estos artes fueron elaborados con el tamaño proporcional en los porta vinílicos especiales con que cuenta la ECC (1.88 metros de alto por 0.80 metros de ancho).
 - ✓ El objetivo es marcar en la mente de los estudiantes que el tiempo vuela y que deben programar el tiempo adecuado para realizar su trámite. Estos artes en vinílico, no señalan fechas. El mensaje es directo y se ha obviado las fechas y señalado en su lugar que la OCI es la oficina de desarrollar comunicación a través de nuestro sello característico.

➤ Público Objetivo

- ✓ El público objetivo son todos los estudiantes de las diferentes jornadas y carreras que frecuentan el edificio M-2 en el primer nivel, cumple la función programada puesto que se colocó en un punto estratégico del ala izquierda del edificio y es visible desde todos los puntos de vista debido al corredor abierto de las instalaciones. El segundo arte colocado en el ala derecha del edificio de Bienestar Estudiantil está dirigido a todos los estudiantes que se dirigen a la Biblioteca, estudios de locución, televisión y sala de redacción.

➤ Objetivos específicos de los vinílicos

- ✓ Impactar mediante artes de tamaño proporcionalmente grande y sumamente colorido que invite a dirigir su visión al mismo y así recordar fácilmente la campaña comunicacional que se ha elaborado para concientizar a los estudiantes a un cambio de hábito y ser motivados a sentir la satisfacción de ocupar adecuadamente su tiempo y dirección de su vida universitaria.

➤ Medios Utilizados.

- ✓ Espacios publicitarios autorizados por la ECC para la colocación de artes vinílicos en el edificio de Bienestar Estudiantil y Edificio M-2.

➤ Áreas Geográficas de impacto

- ✓ Los lugares autorizados son: Edificio de Bienestar Estudiantil, segundo nivel pasillo del ala derecha. Edificio M-2 pasillo del ala izquierda del primer nivel.

- Presupuesto Invertido en la impresión de artes vinílicos.
 - ✓ Dos artes de vinílicos full color de una medida proporcional de 1.40 metros de largo por 80 centímetros de ancho. El nuevo presupuesto cotizado por “Lagencia” es de Q. 115.00 por dos artes vinílicos a full color.

5.5 BANNERS EN MEDIOS ELECTRÓNICOS E INTERNET.

- Justificación para la Página Web y redes sociales
 - ✓ Se alojo en la página Web de la ECC dos banners que el programa los convierte en un flash interactivo con cambio frecuente. El primer banner hace alusión nuevamente a recordar la asignación, que el tiempo vuela, y que la OCI se encuentra desarrollando estrategias para brindarle un mejor servicio, esto se justifica por medio del sello “Desarrollando Comunicación”. (ver anexo 9.8.3)
 - ✓ El segundo banner se visualiza en la figura del reloj saliendo de cuadro de visión. Como haciendo alusión que el tiempo ya se fue volando, por tanto finaliza el periodo de la segunda asignación. También se alojo un arte especial para colocarlo dentro de la información de importancia en la página Web. También se utilizó el envío del arte empleado para los vinílicos, siendo divulgado por correos masivos a través del boletín informativo ECC.
- Objetivos específicos de banners en medios electrónicos
 - ✓ El objetivo del los banners es invitar a la acción para realizar el trámite con tiempo y a la vez penetrar en la mente de los estudiantes en hacerles ver que la OCI desea brindar información que realmente sea aceptable y confiable para dejar por un lado los malos hábitos. Los artes también fueron colocados en Facebook con el objetivo de potenciar el impacto pues hemos observado el crecimiento y la aceptación de este medio electrónico de comunicación para hacer llegar de manera eficiente y eficaz la información.

- ✓ Cabe hacer notar que este medio fue uno de los mejores utilizados para divulgar nuestra campaña comunicacional cuyo tiempo de anticipación permitió que los estudiantes anticiparán su asignación.

- Público objetivo
 - ✓ Estudiantes que pertenecen al grupo de personas que les gusta red social Facebook “Comunicación USAC” y que tenemos conocimiento con base en los datos estadísticos marcados mediante el análisis de graficas de la pregunta No. 3 de la encuesta realizada a estudiantes de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado. (ver anexo 9.8.9).

- Medios utilizados.
 - ✓ Los medios utilizados para la ejecución de la estrategia, empleados a través de la OCI incluye los siguientes medios electrónicos y de internet.
 - Website: www.comunicacion.usac.edu.gt
 - Mail: comunicacion.usac.edu.gt@gmail.com
 - Facebook: www.facebook.com/comunicacion.usac
 - Twitter: @eccusac.

- Áreas Geográficas de impacto
 - ✓ Estudiantes que se encuentran en el departamento de Guatemala y demás regiones; que cuentan con acceso a través de las redes sociales por medio de una computadora personal o bien visitan un café internet.

- Presupuesto Invertido en la impresión artes y banners.
 - ✓ En esta sección el presupuesto no representa un costo para su ejecución. La razón se justifica porque la ECC cuenta con servicio de internet institucional proporcionado por la USAC.

5.6 “GUÍA ESTUDIANTIL ECC”

- Justificación de la “Guía Estudiantil”
 - ✓ La satisfacción de la elaboración del presente documento llena las expectativas comunicacionales para la divulgación de todos los aspectos de suma relevancia para que los estudiantes borren de forma definitiva de sus mentes que la información no se encuentra disponible. La campaña llena los requisitos deseados y solicitados por el coordinador de la OCI y la actual administración a través del despacho del señor director M.A. Gustavo Bracamonte.
 - ✓ El 20 de septiembre de 2011, se presentó el boceto preliminar de la “Guía Estudiantil ECC” al coordinador de OCI quién a su vez realizó las correcciones y cambios necesarios.
- Objetivos específicos de la “Guía Estudiantil”
 - ✓ Ampliar los canales comunicacionales de divulgación e información con que actualmente cuenta la ECC.
 - ✓ Aunque no es el orden en que se presenta el documento es la fuente principal que ha motivado su elaboración, presentar de forma ordenada y precisa el proceso de los diversos trámites que constantemente realizan los estudiantes y que requieren de manera adecuada, puesto que no cuentan con materiales para resolver dudas y las diversas necesidades de información que conlleva su vida universitaria.

- ✓ Transmitir la comprensión de los valores institucionales, también que conozca la misión, visión y objetos que esta academia brinda a todos los que la integran.
- ✓ Que sea un medio inmediato, agradable y resumido de conocer los antecedentes históricos de vital relevancia que embellecen y distinguen nuestra academia.
- ✓ Brindar información acerca de los recursos educativos con que cuenta actualmente la ECC y que muchas veces no son utilizados por falta de conocimiento o disposición de los mismos.
- ✓ Informar acerca de los departamentos y áreas de coordinación académicas a las cuales acudir con base en sus necesidades estudiantiles.
- ✓ Finalmente demostrar de manera creativa e inspiradora el camino de actualización y profesionalismo que actualmente se encuentra desarrollando la ECC dejando un legado mediante el presente documento para la apreciación internacional que demuestre el desarrollo comunicacional y social de todos los que nos encontramos desarrollando comunicación con éxito y satisfacción que lleva a la excelencia.

➤ Público objetivo

- ✓ Estudiantes de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado, que totalizan 5,433 inscritos. Los cuales confirmaron mediante el diagnóstico realizado a través de la encuesta exactamente en la pregunta No. 8 y 9 (ver anexos 9.8.9), solicitando que le es necesario obtener el documento en formato impreso y también en PDF descargable a través de la página Web.

- Medios utilizados.
 - ✓ Los medios utilizados para la ejecución de la estrategia de la “Guía Estudiantil” incluye por su capacidad de manejo las dos Website ECC siguientes:
 - Página Web ECC general: www.comunicacion.usac.edu.gt
 - Página Web PAD plan sábados: www.comunicacionusac.org

- Áreas Geográficas de impacto
 - ✓ En toda Guatemala y a nivel mundial. El área de impacto por este medio no tiene límites. Especialmente dirigido geográficamente a estudiantes que se encuentran en el departamento de Guatemala y demás regiones que estudian actualmente en el campus central de la USAC; que cuentan con un computador en su residencia o que tengan acceso al documento a través de un café internet.

- Presupuesto estimado para impresión de la “Guía Estudiantil”.
 - ✓ El presupuesto preliminar que corresponde a la impresión de 5000 folletos de la “Guía Estudiantil”. Material papel glossy, con pastas a full color y contenido en blanco y negro. El costo Q.27,450.00
 - ✓ El presupuesto para el alojamiento en la página Web no presenta costo.

5.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Al finalizar la campaña comunicacional denominada “El tiempo vuela” se comenzó a evaluar en las semanas siguientes el impacto obtenido dando resultados positivos. En consulta a Control Académico, sobre la asistencia de estudiantes que dejaron sus trámites a última hora, indicaron que solo 40 estudiantes solicitaron prórroga añadiendo que tuvieron

problemas personales y de trabajo que les impidieron asignarse adecuadamente en el tiempo establecido.

El personal administrativo del departamento de Control Académico está agradecido por la ayuda brindada por medio de la estrategia de la campaña comunicacional publicitaria que ha dado los frutos deseados pues de los 5,433 estudiantes inscritos, un 1% falló recordar el tiempo de asignación. En asignaciones anteriores los resultados de las personas que dejaron su trámite a última hora fue negativo con más de 200 estudiantes. Con respecto al análisis de resultados del documento “Guía Estudiantil” se encuentra en trámite por revisión y presupuesto para impresión.

5.8 PROGRAMA Y CALENDARIZACIÓN

5.8 Programa y Calendarización de Actividades en OCI durante el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

No.	Mes y Fases EPS Actividad	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE
		FASE DE DIAGNÓSTICO			FASE DE ESTRATEGIA		FASE DE EJECUCIÓN		GUÍA - IFEPS
01	Investigación	■	■	■					
02	Documentación		■	■					
03	Diseño de encuestas y entrevistas a profundidad		■	■					
04	Realización de encuestas a Estudiantes de la ECC.		■	■					
05	Realización de entrevistas a Coordinadores de área y personal administrativo.		■	■					
06	Tabulación de encuestas			■					
07	Administración de la Red Social Facebook ECC			■	■	■	■	■	■
08	Boletines Informativos			■	■	■	■	■	
09	Artes para página Web		■	■	■	■	■	■	■
10	Vinílicos No. 2						■	■	
11	Videos para el circuito cerrado M-2.							■	
12	Presentación de Dummy Guía Estudiantil.							■	■
13	Aprobación y Entrega de arte final Guía ECC.								■
14	ENTREGA FINAL IFEPS								■

6. CONCLUSIONES

Al iniciar el EPS de Licenciatura en marzo de 2011 se planteó la necesidad de continuar creando materiales adecuados para la divulgación e información sobre diversos trámites administrativos de importancia para los estudiantes de la ECC, con el propósito de fortalecer y dar a conocer los servicios que presta la Oficina de Comunicación e Información. Con base en los problemas encontrados en la fase de diagnóstico se observó que los estudiantes expresaron su malestar con respecto a los procedimientos y estrategias comunicacionales que son desarrollados por sus administradores para informar utilizando de manera inapropiada los diferentes canales de comunicación que no logran cumplir su objetivo, el cual es informar.

Mediante al diagnóstico realizado se observó que la problemática estudiantil no solo es la falta de información, sino que existe otro factor; los malos hábitos de conducta y poca dedicación de los estudiantes por buscar la información que muchas veces sí está disponible. Los problemas antes mencionados ocasionaron la falta de comprensión y el deterioro de las relaciones interpersonales que son necesarias dentro de la ECC para una vida universitaria que exige excelencia.

El epesista de licenciatura hizo el compromiso ante el encargado de OCI para la planificación y elaboración de materiales adecuados y de alto impacto estratégico comunicacional para resolver tal problemática. Con una meta firme se dieron los primeros pasos para la elaboración de nuevos materiales con excelente diseño y alto contenido de investigación y diagramación se dieron a conocer mediante los canales de comunicación disponibles para la OCI ECC. En poco tiempo se logró establecer el impacto de los mismos al grupo objetivo que se necesitaba alcanzar. La “Guía Estudiantil” llevo ocho meses para su elaboración y edición, creado como un documento estratégico comunicacional de alto impacto que pretende ser indispensable para todos los estudiantes que aspiran a un mejor desarrollo de sus capacidades intelectuales y académicas que la ECC proporciona.

“El tiempo vuela” es la campaña desarrollada con base en estrategias comunicacionales publicitarias que permitió establecer los mecanismos y canales adecuados de comunicación para resolver el problema de los estudiantes de continuar dejando los trámites a última hora. Esta comunidad estudiantil confirmaron en un 96%, la necesidad de que les fuera proporcionada una “Guía Estudiantil” para recibirla de manera impresa y que estuviese disponible en la página Web ECC, se procedió a dar trámite a la solicitud, entregando el documento en PDF al encargado para que lo aloje en la página Web ECC y así se encuentre disponible para su visualización.

Se establece que la campaña publicitaria denominada “El tiempo vuela” cumplió los requerimientos solicitados por la OCI ECC al demostrar mediante cuadros estadísticos que fueron entregado a Control Académico ECC observando que un 99% de los estudiantes realizaron su trámite de la segunda asignación de cursos de semestre durante el tiempo establecido, lo cual demuestra que un 1% de los estudiantes regulares no realizaron el trámite aludiendo esta responsabilidad con la excusa que olvidaron las fechas.

La campaña estratégica comunicacional ha dado los frutos deseados, recibiendo la felicitación y aprobación de los departamentos internos y también de estudiantes de la ECC. Las estrategias comunicacionales realizadas durante el EPS de licenciatura permitirán una mejor comunicación entre estudiantes y personal administrativo que contribuya a una mejor formación universitaria, este beneficio incluirá a los estudiantes que pronto ingresaran al nuevo ciclo académico del año 2012 y así continuar elevando nivel académico para una vida universitaria de excelencia y responsabilidad. Por una Escuela con Luz propia. “ID Y ENSEÑAD A TODOS”. Epesista de OCI ECC.

7. RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones para que sean un punto de inicio en el mejoramiento no solo del presente material, sino también de su vida universitaria y en consecuencia todo un mundo de personas que esperan una mano amiga que proporcione ayuda cuando hay una necesidad evidente de no poder resolver.

- Que los estudiantes de -EPS- de Licenciatura aprovechen las capacitaciones de cursos libres que brinda la USAC y se inscriban a los mismos, ello permitirá el mejor desempeño en la utilización de programas de diseño, fotografía y diagramación que son necesarios para continuar creando documentos similares y de mejor calidad para informar de manera fresca y así lograr un impacto estratégico comunicacional que gran trascendencia para la OCI ECC.
- Que se adquieran nuevos programas de diseño gráfico, audio y video que agilicen los trabajos de diseño necesarios para crear artes que informen de manera eficiente y eficaz.
- Con base en presente trabajo se actualice cada año y que siempre se aloje en la página web para que la comunicación esté disponible en todo momento.
- El cambio de diagramación puede ser actualizado, en este caso deberán incluirse nuevas fotografías y se reemplace los pensum de estudios de las diferentes carreras cuando sea necesario asimismo el organigrama institucional de la ECC cuando se requiera.
- Que las autoridades y personal correspondiente al sistema de informática proceda a la unificación de las páginas del Plan Diario y plan de Plan de Autoformación a Distancia PAD para una mejor divulgación de la información.
- Como última recomendación el Consejo Directivo debe velar que exista la uniformidad en la manera de comunicar y divulgar las diferentes actividades y trámites que realizan los estudiantes, que den como resultado el beneficio mutuo que conlleven a hacer crecer las buenas relaciones interpersonales que actualmente son demandadas por esta comunidad estudiantil.

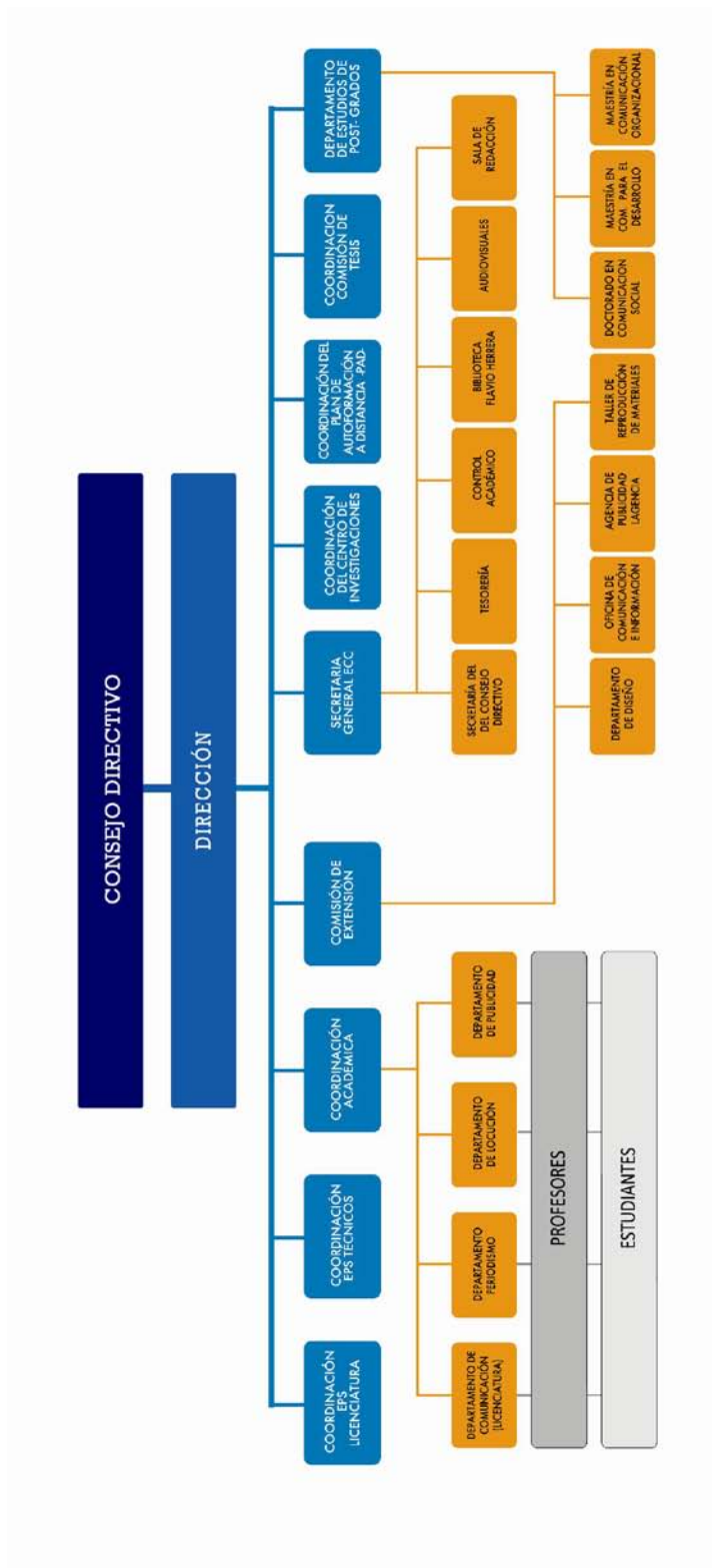
8. BIBLIOGRAFÍA

- Alcalá, L. (2004). *Los nueve pasos para diseñar y crear tu éxito*. Caracas, Venezuela.: Grupo Editorial de Liderazgo y Exito.
- Ceccarelli, A. (1994). Historia del mural conmemorativo por el Cincuentenario de la Revolución de Octubre de 1944. (Pineda, M. Recopilador) Guatemala.
- Comunicación, C. d. (2006). *REGLAMENTO GENERAL INTERNO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*. Campus Central Universitario, Edificio M-2, segundo Nivel. Zona 12 Ciudad de Guatemala: Imprenta de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Comunicacion.usac.edu.gt. (2011, marzo 05). <http://comunicacion.usac.edu.gt/>: http://comunicacion.usac.edu.gt/?page_id=519. Universitaria, Campus Central, Guatemala.
- Creación Empresa.es. (4 de marzo de 2009). *creacionempresa.es*. Recuperado el 10 de mayo de 2011, de [creacionempresa.es](http://www.creacionempresa.es/beneficios-de-una-buena-comunicacion-interna/): <http://www.creacionempresa.es/beneficios-de-una-buena-comunicacion-interna/>
- del Pozo, J. C. (2004). *Cómo manejar tus habilidades para la vida*. Alcalá, España: Universidad de Alcalá.
- Diéguez, S. (2009, Julio 19). Nace agencia de publicidad -Lagencia ECC-. *Nace agencia de publicidad ECC* . Recuperado 10 de mayo 2011, Nace la Agencia ECC; <http://tiempoecc.blogspot.com/2009/07/nace-agencia-de-publicidad.html>
- ECC-, C. D. (2006). *REGLAMENTO GENERAL INTERNO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*. Ciudad Universitaria, zona 12, Guatemala.: Universitaria.
- ECC-USAC 2008 (2009, febrero 16). *comunicacion.usac.edu.gt*. Recuperado el marzo 5, 2011, de <http://comunicacion.usac.edu.gt/>: <http://comunicacion.usac.edu.gt/>
- Girón, G. (2011). *Informe estadístico de los Estudiantes inscritos de las diferentes carreras Técnicas, Licenciatura y Post-grado de la ECC-USAC*. Campus Central: ECC-USAC.

- González, A. (2011). *Historia Original del Logotipo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*. Campus Central: ECC- USAC.
- IV Promoción de Licenciados en Periodismo, p. d.-A. (2001). *Antecedentes Históricos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala.
- Locución, (2010, noviembre 05). -EPS de Locución 2011-. Recuperado el abril 05, 2011, de <http://wwwepslocucionusac.blogspot.com/>
- López, W. L. (2004). *Viabilidad de la Implementación del Plan de Autoformación Profesional a Distancia en el interior del País*. Guatemala: Guatemala.
- Renée, K. c. (2005, febrero 2005). *Blue Ocean Strategy: How to. Create Undconstested Market Space an Make* . Cambridge, Massachusetts,, Estados Unidos. : Harvard Business School Publishing Corporation 2005.
- Rodas, O. M. (2008). *Guía para la ejecución de proyectos de comunicación para el desarrollo de comunidades o instituciones y para la redacción de informes finales de -EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. Guatemala: Universitaria.
- Soria, C. A. (2010). *"Creación de manual gráfico de materiales varios para su utilización en la oficina de Comunicación e información de la ECC-USAC"*. Proyecto de Comunicación Estratégica del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.
- Torres, M. I. (2011, ABRIL 2011). *TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADO*. Recuperado el ABRIL 30, 2011, de http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf
- Urizar, C. M. (2010). *Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*. Ciudad Universitaria, zona 12. Guatemala.
- Velásquez, M. (2000). *Guía para el Estudiante*. Guatemala: Nuestra América, S.A.
- Waren, R. (2005). *Liderazgo con Propósito*. Lake, Forest, Estados Unidos: Editorial Vida.
- Windham, L. y. (2002). *EL ESPIRITU DEL NUEVO CONSUMIDOR*. Bilbao, España: DEUSTO.

9. ANEXOS


9.1 ORGANIGRAMA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.



9.2 PENSUM DE ESTUDIO

01 PENSUM DE ESTUDIO

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



02 PENSUM DE ESTUDIO

Periodismo Profesional Carrera Intermedia

Séptimo Semestre		Prerrequisito
128	Lingüística General	Ninguno
158	Psicología de la Comunicación II	Ninguno
143	Métodos y Técnicas de Investigación Social II	Ninguno
144	Introducción a la Estadística	Ninguno
145	Teoría del Conocimiento	Ninguno

Octavo Semestre		Prerrequisito
146	Planificación de las Comunicaciones Sociales	143 y 144
147	Antropología Guatemalteca	143 y 144
148	Semiología de la Imagen	128 y 158
130	Semiología del Discurso Persuasivo	128 y 158
149	Taller VI. Propaganda y Publicidad	143 y 158

Noveno Semestre		Prerrequisito
151	Taller Integrado I: Salud y Ecología	143 y 149
152	Teoría Política Social	145 y 147
134	Las Comunicaciones Interpersonales	130 y 158
153	Seminario I: sobre Problemas de la Comunicación en Guatemala, Área Urbana	143, 144 y 158

Décimo Semestre		Prerrequisito
133	Semiología del Mensaje Estético	130 y 148
154	Análisis Corporativo de las Sociedades Capitalistas y Socialistas	152
155	Taller Integrado II: Tecnología Agropecuaria	151 y 152
169	Seminario II: sobre Problemas de la Comunidades en Guatemala, Área Rural	153

001 Examen de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Licenciado en Ciencias de la Comunicación
 Para obtener el grado académico, se requieren cinco años de estudios. Tres de carrera técnica y dos de licenciatura. Además deberá tener aprobados en CALUSAC doce niveles de cualquier idioma nacional o extranjero. El estudiante deberá haberse graduado de una carrera intermedia para optar a graduarse de Licenciado en Ciencias de la Comunicación y para esto tiene como alternativas: Elaborar una Tesis de grado o el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

Primer Semestre		Prerrequisito
090	Vida Universitaria	Ninguno
102	Formación Social Guatemalteca I	Ninguno
103	Géneros Periodísticos I	Ninguno
314	Filosofía General	Ninguno
315	Redacción I	Ninguno

Segundo Semestre		Prerrequisito
107	Formación Social Guatemalteca II	0,90, 102
108	Géneros Periodísticos II	315, 103, 090
316	Filosofía de la Comunicación	314 y 090
317	Redacción II	315 y 090
318	Teoría de las Comunicaciones	090

Tercer Semestre		Prerrequisito
319	Expresión Gráfica y Diagramación Periodística	108
320	Semiología	316 y 318
321	Géneros Periodísticos III	317 y 108
322	Lingüística	317 y 318
323	Psicología de la Comunicación	316 y 318

Cuarto Semestre		Prerrequisito
118	Prácticas Periodísticas I	321
324	Fotografía	319
325	Periodismo Radiofónico	321
326	Métodos y Técnicas de Investigación Social	090 y 318
327	Estadística Básica	314

Quinto Semestre		Prerrequisito
328	Periodismo Especializado	317, 321, 118
329	Periodismo Televisivo	321, 325, 118
330	Periodismo Investigativo	118 y 326
331	Organización del Estado y Principios de Derecho	107
332	Estadística Aplicada	327


Sexto Semestre		Prerrequisito
117	Historiografía	319, 326, 327
140	Prácticas Periodísticas II	330
333	Administración de Medios	328 y 331
334	Periodismo Multimedia	317, 321, 325, 329 y 118
335	Economía	331 y 332

002 Examen Técnico Privado de Periodista Profesional o Ejercicio Profesional Supervisado (EPS)

PENSUM VIGENTE 2011

04 PENSUM DE ESTUDIO

Locución Profesional Carrera Intermedia



05 PENSUM DE ESTUDIO

Publicidad Profesional Carrera Intermedia

Primer semestre		Prerrequisito
100	Elementos de Lingüística Española	Ninguno
101	Introducción a la Semiología General	Ninguno
102	Formación Social Guatemalteca I	Ninguno
103	Géneros Periodísticos I	Ninguno
104	Filosofía I	Ninguno
060	Locución I	Ninguno
090	Vida Universitaria	Ninguno

Segundo Semestre		Prerrequisito
105	Teoría de las Comunicaciones Masivas	090, 101 y 103
106	Redacción	090, 100 y 103
107	Formación Social Guatemalteca II	090, 102
108	Géneros Periodísticos II	090, 100 y 103
109	Filosofía II	090, 104
061	Locución II	090, 060

Tercer Semestre		Prerrequisito
135	Principios de Derecho y Organización del Estado	105
136	Problemas Económicos de Guatemala	107
113	Métodos y Técnicas de Investigación Social I	107
173	Redacción Radiofónica I	061, 106 y 108
062	Locución III	061

Cuarto Semestre		Prerrequisito
159	Unidad Integradora: Dependencia Económica y Cultural	136
075	Unidad Integradora: Comunicación y Cambio Social	113, 136
077	Periodismo Radiofónico	062, 106 y 173
070	Publicidad I	113
063	Locución IV	062 y 173

Quinto Semestre		Prerrequisito
139	Literatura Hispanoamericana	075
121	Psicología de la Comunicación I	113
076	Administración de Empresas	113
077	Relaciones Públicas	073, 075 y 108
064	Locución V	063 y 173

Sexto Semestre		Prerrequisito
174	Redacción Radiofónica II	173
179	Ética Profesional	135
175	Literatura Guatemalteca	139
176	Problema Etnocultural de Guatemala	100 y 159
178	Locución VI	064

171 Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) o Examen Técnico Privado de Locutor Profesional, al aprobar todos los cursos.

Primer semestre		Prerrequisito
090	Vida Universitaria	Ninguno
100	Elementos de Lingüística Española	Ninguno
101	Introducción a la Semiología General	Ninguno
102	Formación Social Guatemalteca I	Ninguno
103	Géneros Periodísticos I	Ninguno
104	Filosofía I	Ninguno
070	Publicidad I	Ninguno

Segundo Semestre		Prerrequisito
105	Teoría de las Comunicaciones Masivas	090, 101 y 103
106	Redacción	090, 100 y 103
107	Formación Social Guatemalteca II	090, 102
108	Géneros Periodísticos II	090, 100 y 103
109	Filosofía II	090, 104
071	Publicidad II	070

Tercer Semestre		Prerrequisito
135	Principios de Derecho y Organización del Estado	105
136	Problemas Económicos de Guatemala	107
113	Métodos y Técnicas de Investigación Social I	107
065	Fotografía I	108
072	Publicidad III	071

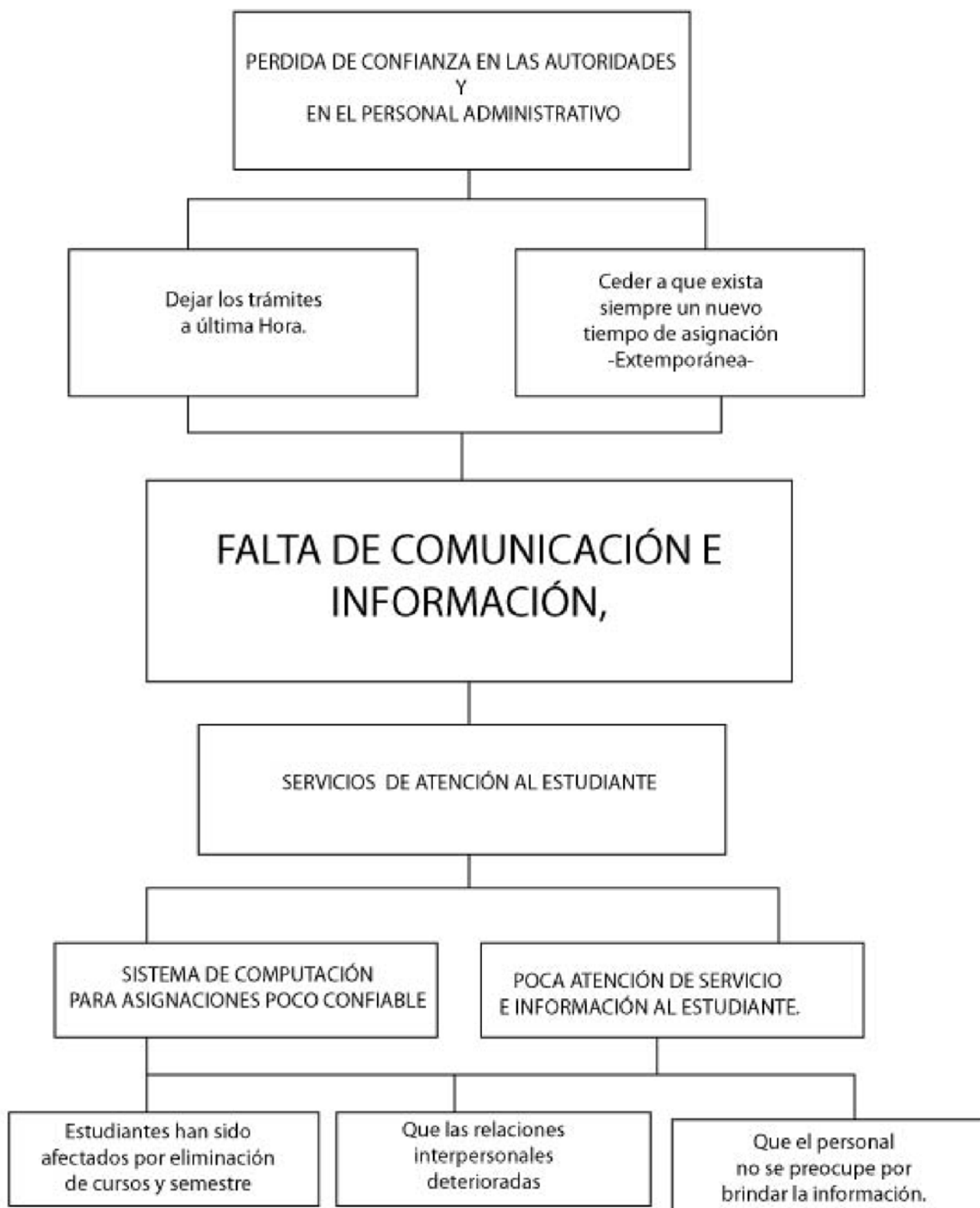
Cuarto Semestre		Prerrequisito
159	Unidad Integradora: Dependencia Económica y Cultural	136
075	Unidad Integradora: Comunicación y Cambio Social	113, 136
123	Expresión Gráfica y Diagramación	065
066	Fotografía II	065
073	Publicidad IV	072

Quinto Semestre		Prerrequisito
139	Literatura Hispanoamericana	075
121	Psicología de la Comunicación I	113
076	Administración de Empresas	113
077	Relaciones Públicas	073, 075 y 108
074	Publicidad V	073

Sexto Semestre		Prerrequisito
179	Ética Profesional	135
180	Redacción Publicitaria	074 y 106
181	Mercadotecnia	074, 075 y 113
182	Publicidad VI	074


172 Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) o Examen Técnico Privado de Publicista Profesional, al aprobar todos los cursos.

9.3 ÁRBOL DEL PROBLEMA




9.4 ENCUESTA REALIZADA EN LA ECC AL GRUPO OBJETIVO:

Estudiantes de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-gradados.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA
ENCUESTA SOBRE LA INFORMACIÓN DIVULGADA INTERNAMENTE EN LA ECC.



INSTRUCCIONES: Estimado Estudiante de la -ECC- Su colaboración y respuesta es de vital importancia para el diagnóstico del -EPS de Licenciatura-, en base a su respuesta, desarrollar el proyecto de elaboración de la 1er. Guía Estudiantil -ECC-. Por favor llene cada casilla con una "X". Para las preguntas de respuesta simultáneas puede marcar más de una casilla. Preguntas de respuesta directa llene solamente la información solicitada. Gracias.

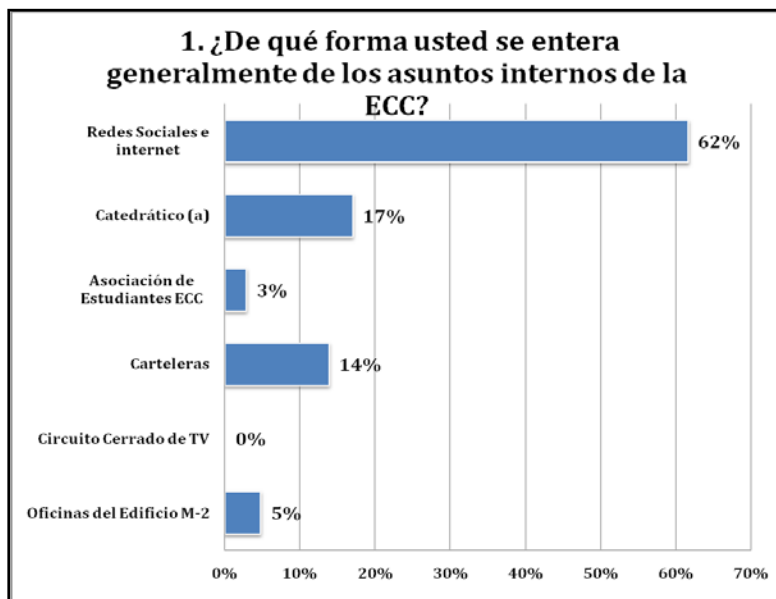
CARRERA: Periodismo Locución Publicidad Licenciatura Maestría Doctorado
Semestre _____ Edad _____ SEXO: M ___ F ___ JORNADA: Vespertina Nocturna PAD

- ¿De qué forma usted se entera generalmente de los asuntos internos de la ECC?
 Oficinas del edificio M-2 Asociación de Estudiantes ECC
 Circuito Cerrado de TV Catedrático (a)
 Carteleras Redes Sociales e internet
- ¿Qué documentos impresos conoce, que le hayan informado acerca de la ECC y sus carreras?
 Trifoliales Bifoliales Pensum de Estudio Reglamento para estudiantes ECC
Otros: _____
- ¿Cuál Red Social es su preferida para obtener información acerca de los trámites relacionados con su carrera?
 Facebook: Comunicacion-USAC Twitter ECC-USAC
Escriba su website preferida: _____
- ¿Conoce usted los orígenes y filosofía de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
 Si No
- ¿Conoce la visión, misión y objetivos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
 Si No
- ¿Considera que el perfil del egresado de su carrera es el adecuado para la cotización laboral actual?
 Si No ¡No conozco el perfil de mi carrera!
- ¿Ha tenido problemas en relación a sus trámites administrativos por falta de información?
 No Si ¿Por qué? _____
- ¿Que tan indispensable considera la creación de una "GUÍA ESTUDIANTIL" que le informe acerca de los requisitos y diversos trámites aplicables a su carrera?
 No me interesa Poco interes Me interesa Me es indispensable
- Si estuviese disponible una GUÍA ESTUDIANTIL ¿Cuál de estos dos formatos prefiere?
 Folleto impreso Documento PDF (descargable página web ECC.)
- ¿Cuales han sido los problemas más frecuentes al realizar sus trámites administrativos en la ECC?
 Asignación de Cursos Obtención de PIN
 Escuela de Vacaciones Trámite de Título
 Recuperación de Cursos Inscripciones y Reinscripciones
- ¿Sabía usted que existe una oficina encargada de la divulgación e información interna dentro de la ECC?
 Si No
- ¿Cuáles son los factores, en su opinión, los que impiden a los estudiantes a realizar sus trámites a tiempo?

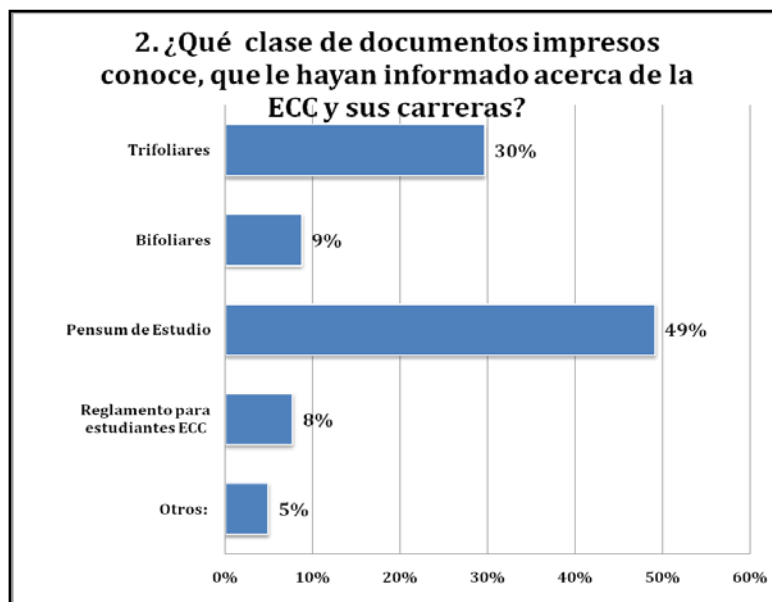
TU PARTICIPACIÓN AYUDARÁ A HACER REALIDAD LA ELABORACIÓN DE NUESTRO PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO QUE APORTE MUCHOS BENEFICIOS EN LA VIDA UNIVERSITARIA DE TODOS Y SOBRE TODO QUE REFLEJE TU OPINIÓN. MUCHAS GRACIAS COMPAÑERAS Y COMPAÑEROS DE LA -ECC USAC 2011-.

9.5 ANÁLISIS A ENCUESTAS REALIZADAS

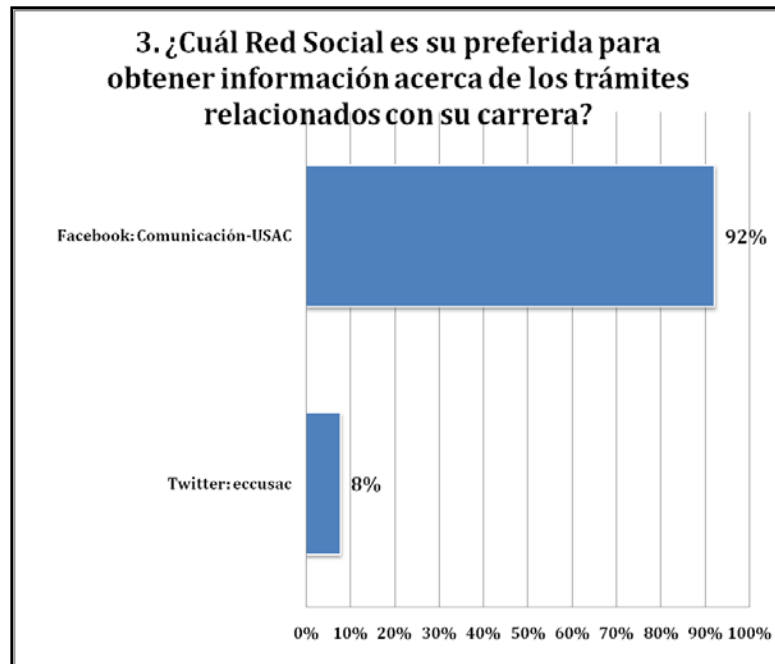
1.- En la presente gráfica se puede observar que un 62% de los estudiantes prefieren recibir todo tipo de información a través de las Redes Sociales. Un 17% sigue recibiendo información diversa por medio de su catedrático y un 14% se informa de las publicaciones colocadas en carteleras.



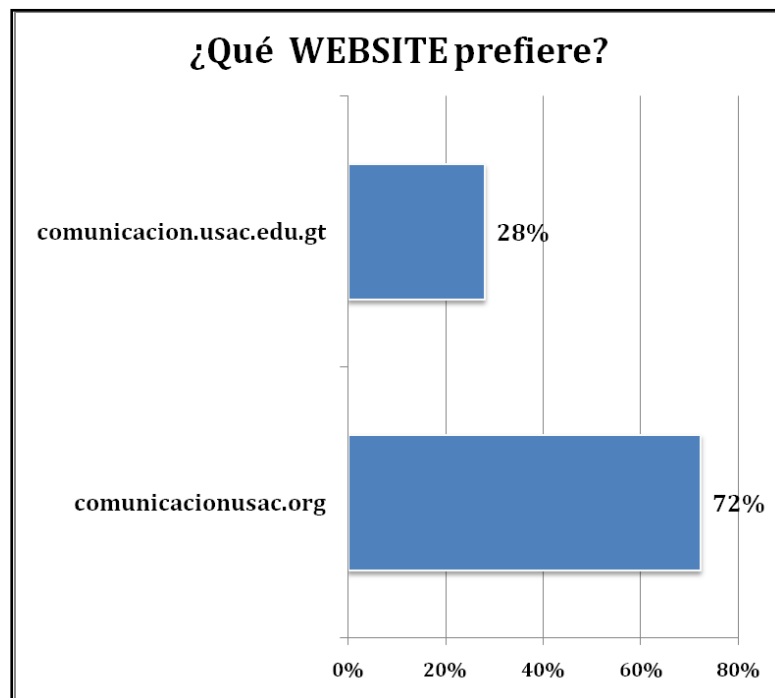
2.- El presente cuadro estadístico nos demuestra que un 49% de los estudiantes confían que el Pensum de estudios les brinde cierta información que los guíe en la carrera que actualmente reciben. Un 30% confía en la información de los trifoliales a pesar que estos solo se distribuyen durante el tiempo de INFOUSAC. (Información a estudiantes de primer ingreso a la USAC).



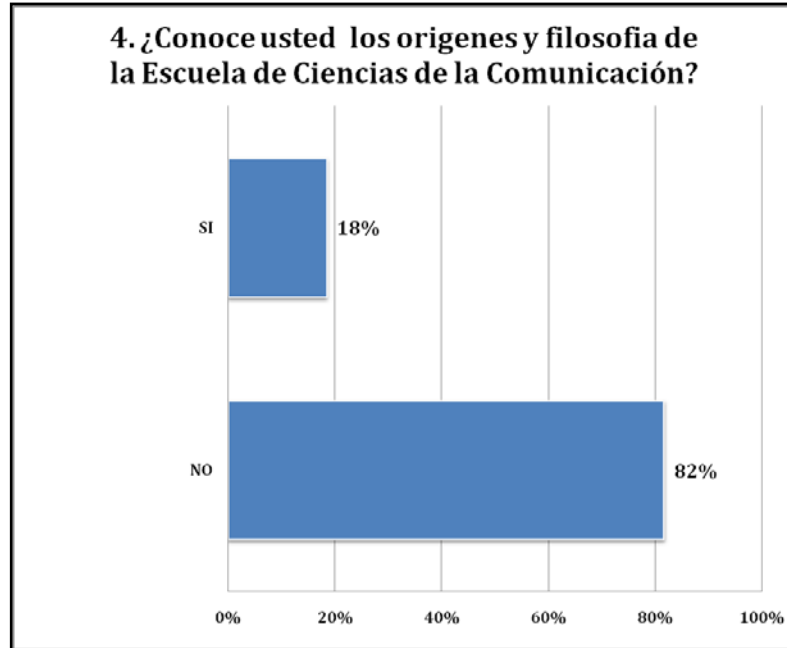
3.- La presente gráfica hace constatar el éxito de las Redes Sociales como el Facebook para comunicar e informar con un 92% preferencia con respecto a Twitter que solo cuenta con un 8% de los seguidores.



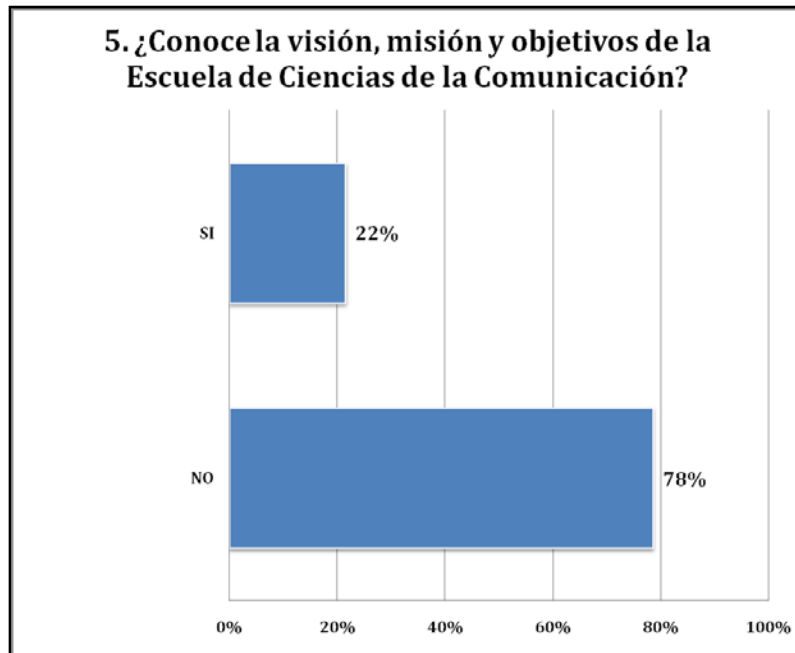
3.1.- El siguiente cuadro demuestra a un 72% de estudiantes escribieron de manera directa que la Página Web preferida para informarse es la que pertenece al plan PAD. Mientras que una mínima parte de los estudiantes conoce y se informa a través de la página Web creada directamente por la ECC en un 28%.



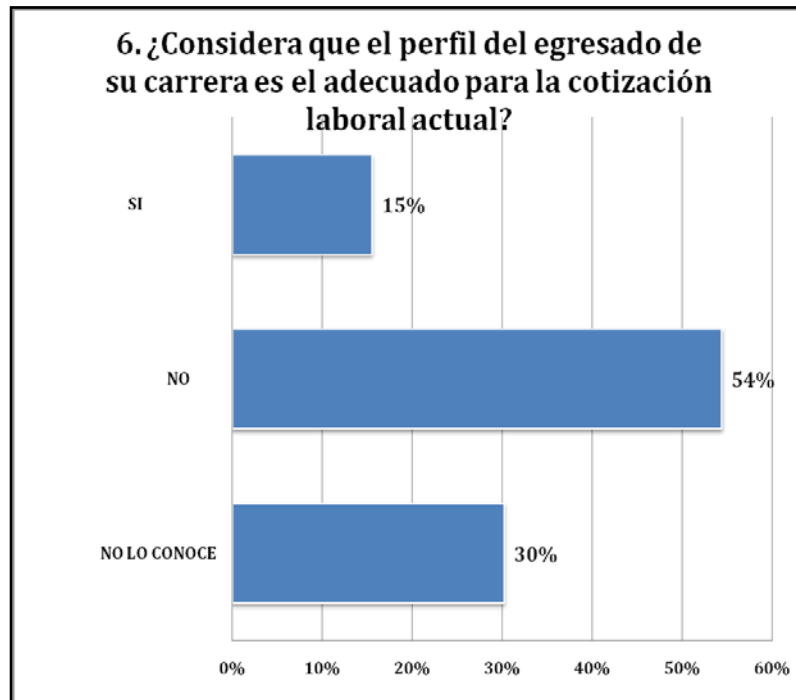
4. El siguiente cuadro demuestra el resultado estadístico de un 82% de estudiantes que desconoce la historia y filosofía de la ECC, un escaso 18% declaró conocer. Este resultado permitió reforzar e integrar esta información a la presente “Guía Estudiantil”.



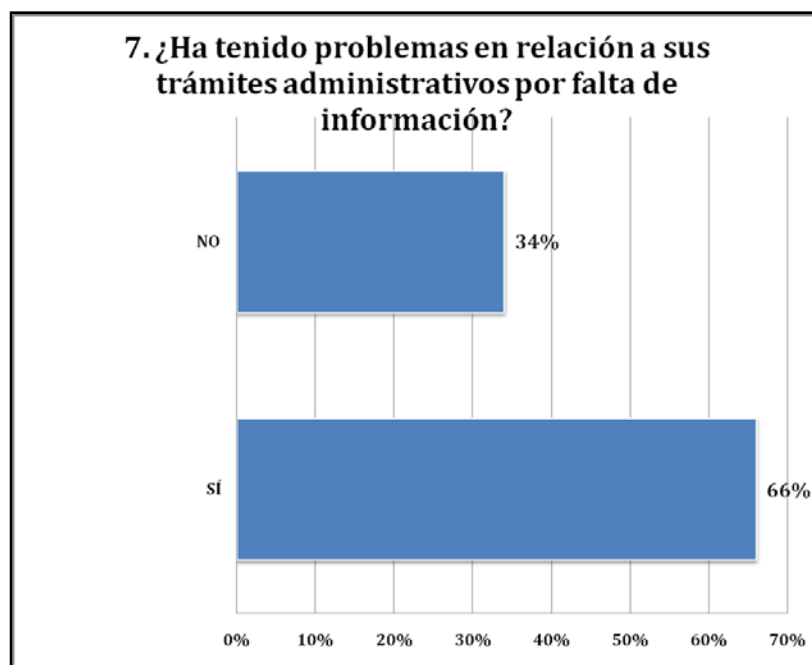
5.- La falta de conocimiento que el estudiante tiene con respecto a la Planeación Estratégica que actualmente coordina la ECC fue de un 78% de los estudiantes y solo un 22% tiene conocimiento al respecto.



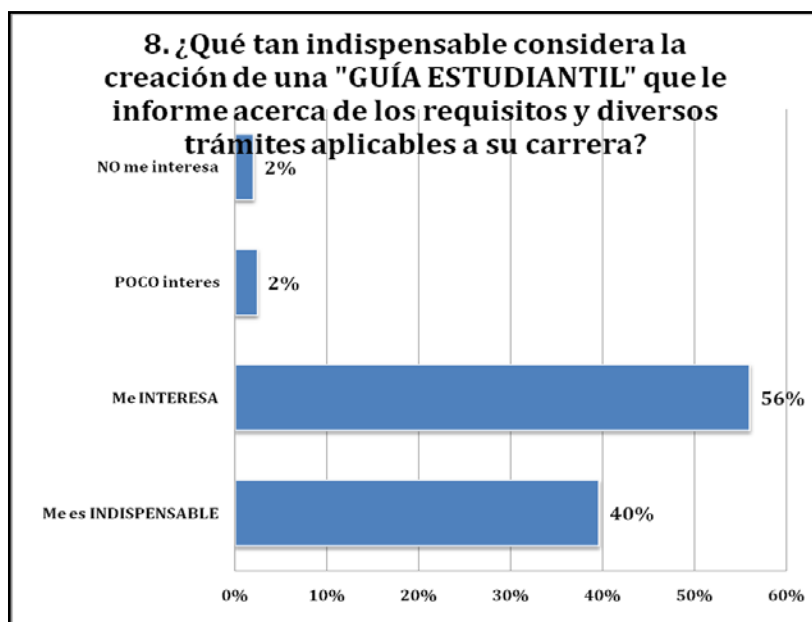
6. Un 54% de los estudiantes manifestó que el perfil del egresado de acuerdo a la carrera técnica o profesional NO es el adecuado y deseado para esta comunidad estudiantil. Un 30% desconoce si el perfil de egreso es el adecuado y solo un 15% confirmo su aceptación.



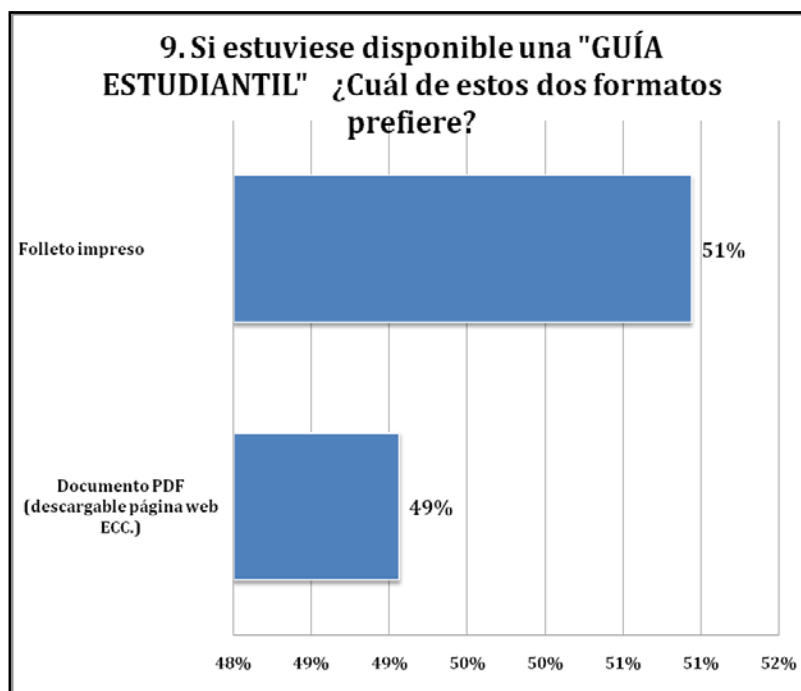
7. La falta de información ha representado el mayor problema para los estudiantes de la ECC. El 66% de los encuestados confirma esta falta de servicio. Un 34% declaró no tener problema para informarse y realizar sus trámites con tiempo.



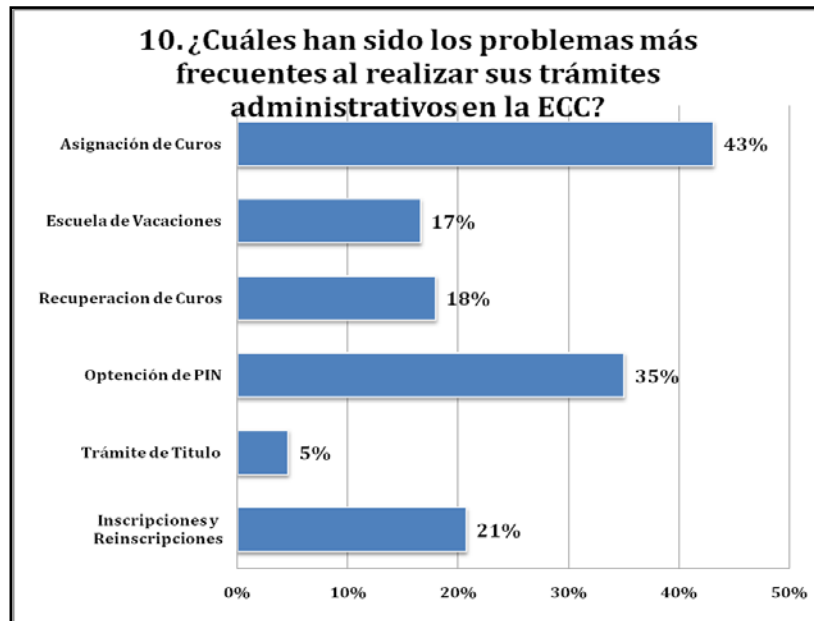
8.- Para la mayoría de los encuestados demostraron su interés y lo indispensable que vendrá a ser el documento de la “Guía Estudiantil”. Para los estudiantes que integran esta unidad académica en un 56% y 40% de los valores fueron positivos, confirmaron la importancia de su elaboración. Un pequeño 4% de los encuestados no demostró algún interés al respecto.



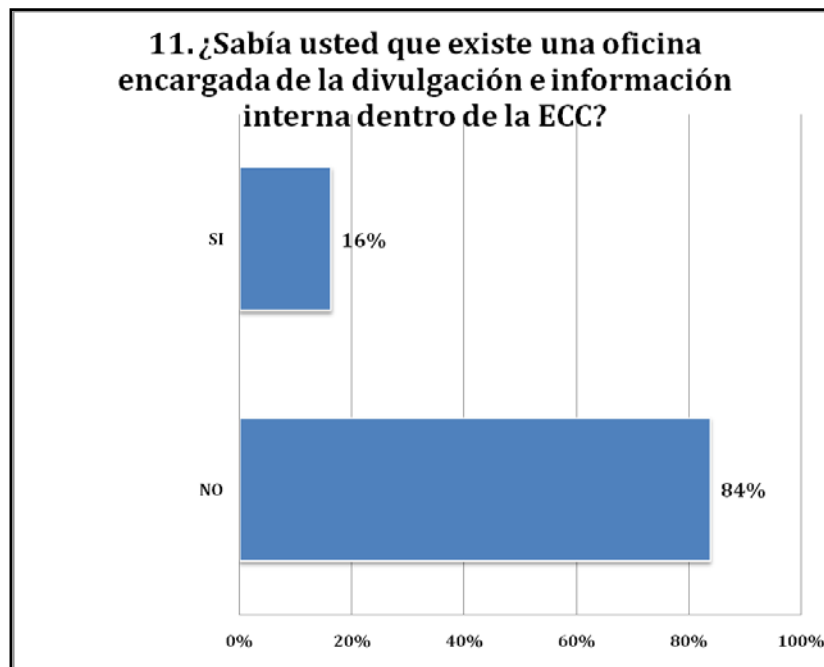
9.- El presente cuadro demuestra que un 51% de los estudiantes desean recibir una muestra impresa de la Guía Estudiantil. Un 49% de los encuestados ratificó que prefieren el documento para ser descargado a través de la Website ECC.



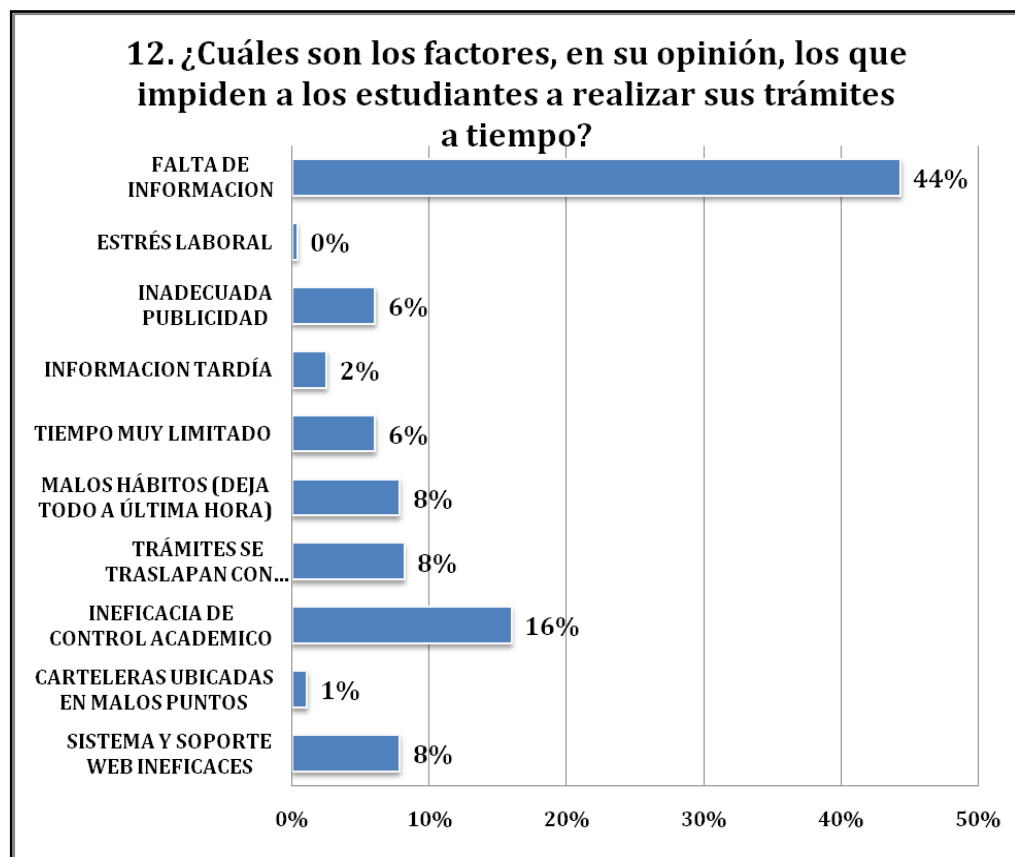
10.- La presente grafica nos permite observar los diversos problemas con respecto a los trámites que los estudiantes realizan durante todo el año. Para un 43% el problema que más afecta a todos es la asignación de cursos de semestre. Un 35% le presenta problema la obtención de PIN en el sistema de la ECC y en menos proporción observamos el trámite de Inscripciones y Reinscripciones con un 21%.



11. Para un 84% de los estudiantes, manifestaron que desconoce la ubicación de la OCI y solamente un 16% ha utilizado el servicio que esta Oficina presta a la comunidad estudiantil.



12.- Un 44% de los estudiantes que manifestaron su inconformidad con respecto a la falta de información, para ellos es un problema que ha traído como consecuencia, el no realizar los trámites con tiempo. Un 16% ha tenido problemas con el departamento de Control Académico, siendo el segundo factor que los estudiantes manifiestan y un 8% declaró que definitivamente los malos hábitos y el chapinismo son las causas más frecuentes por las cuales han dejan todo trámite a última hora.



9.6 FOTOGRAFÍAS



La primera fotografía, superior izquierda, se observa al epesista de Licenciatura Ronny Meléndez, durante la colocación del arte vinílico de la segunda asignación de cursos en la ECC. La foto del lado superior derecho muestra el despacho del director M.A. Gustavo Bracamonte (entrevista a profundidad). La fotografía del lado inferior izquierda, demuestra el trabajo de diseño de la “Guía Estudiantil” con el grupo focal, estudiantes del segundo semestre de Publicidad PAD participando en la Biblioteca “Flavio Herrera” a la par la foto del salón “Ana María Pedroni” realizando encuestas a la carrera de post-grado, exactamente el Doctorado en Comunicación Social.

9.8 EJEMPLOS DE MATERIALES EJECUTADOS EN EL PROYECTO.

9.8.1 BOLETINES ENTERADO DE SEGUNDA ASIGNACIÓN DE CURSOS

 ENTERADO <small>Oficina de Comunicación e Información</small>	 ENTERADO <small>Oficina de Comunicación e Información</small>
ASIGNACIÓN DE CURSOS	ASIGNACIÓN EXTEMPORÁNEA
<p>Lunes 22 de Agosto: Asignación de Cursos para estudiantes que han iniciado el segundo semestre del año a</p> <p>Domingo 11 de Septiembre: Finaliza la asignación para todas las carreras, semestres y jornadas, correspondiente de Julio a diciembre 2011.</p> <p>"El tiempo vuela", realiza tus trámites con tiempo. Recuerda: La administración del tiempo es realmente administración personal y administración de vida. No habrá Prórroga. Faltan 9 días.</p> <p>Síguenos en nuestros enlaces directos ECC. Comunicacion-USAC comunicacion.usac.edu.gt</p> 	<p>Del 26 al 28 de septiembre: ÚLTIMA oportunidad para asignación de cursos del 2do. Semestre de todas las carreras, plan diario y PAD.</p> <p>• El tiempo es nuestro activo más valioso, a pesar de que tendemos a desperdiciarlo, matarlo y gastarlo en vez de cuidarlo e invertirlo. "EL TIEMPO VUELA" • "No nos podemos dar el lujo de gastar mucho más tiempo en cosas pequeñas del que -gastamos en cosas importantes." Jim Rohn</p> <p> Síguenos en facebook: www.comunicacion.usac.edu.gt Comunicacion-USAC</p>

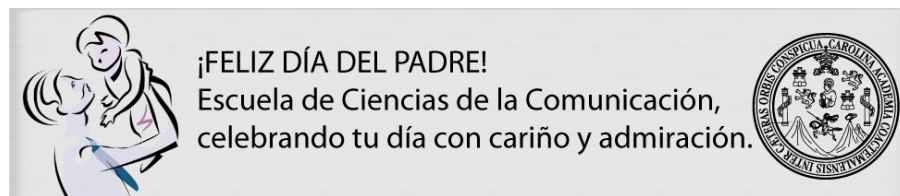
Boletines de Enterado que muestran la información para la segunda asignación y el tiempo de asignación extemporánea del mismo trámite en la ECC. En estos boletines se puede observar los consejos positivos mediante notas a final, añadidos a estos artes.

9.8.2 VINÍLICO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA Y ARTE PARA FACEBOOK



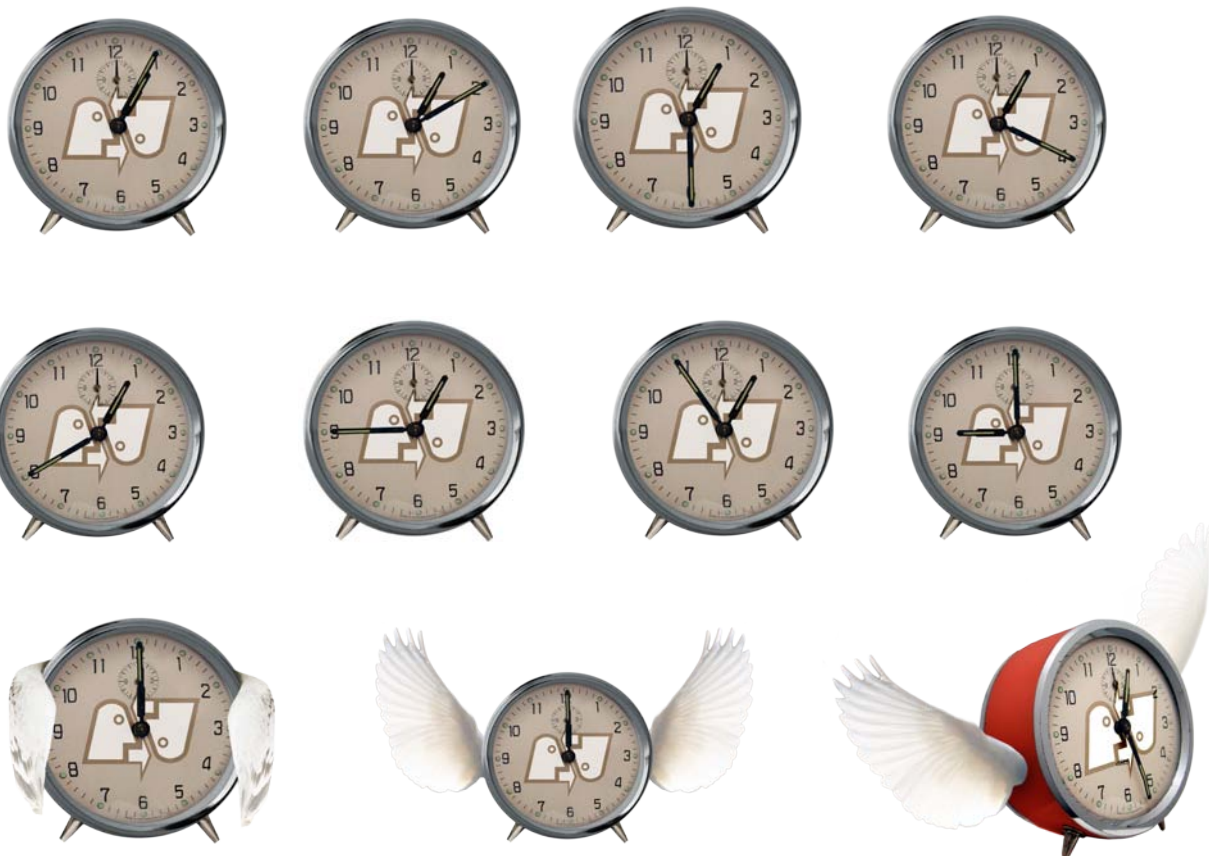
Se observa el arte vinílico (lado izquierdo) diseñado para reforzar la campaña También se observa el arte que fue alojado en la Red Social de Facebook, (arte del lado derecho), el mismo fue enviado a través de los boletines informativos.

9.8.3 BANNERS REALIZADOS PARA LA PÁGINA WEB ECC.



Diversos artes elaborados durante EPS de Licenciatura para alojamiento en Website.

9.8.4 IMÁGENES UTILIZADAS EN EL SPOT PUBLICITARIO “EL TIEMPO VUELA”



Fotogramas utilizados para realizar el spot para el circuito cerrado de TV, “El tiempo vuela”, para anunciar la segunda asignación de cursos en la ECC.

9.8.5 SEGMENTOS DE LA SECUENCIA DE ANUNCIOS CREADOS PARA EL CIRCUITO CERRADO DE TV EN EL EDIFICIO M-2.



**Problemas
con tu
Asignación**

¿Dudas?

Escribenos a:

control@academico-comunicacion.net



comunicacion.usac.edu.gt



Los fotogramas que se muestran utilizados en el spot realizado para el circuito cerrado de TV, a través de este se informaba sobre de la segunda asignación de cursos en ventanillas de Control Académico ECC e invitaba a visitar la Website: www.comunicacion.usac.edu.gt

9.8.6 SERVICIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE POR MEDIO DE LAS REDES SOCIALES "FACEBOOK"

COMUNICACIÓN - USAC

"El Tiempo Vuela" No dejes tus trámites a última hora.



Duración: 1:08

06 de septiembre de 2011

1.187 impresiones Número de veces que se ha visto esta historia en tu muro y en el apartado de noticias de tus fans. ·

A Esther Juárez y otras 4 personas más les gusta esto.

Comunicación - USAC Gracias compañeros, aún me falta mejoras en mis videos pero la verdad este reloj salió volando pero con buen humor. Deseo que ya se hayan asignado con tiempo. Porque "El tiempo si vuela" Saludos desde OCI ECC. Ronny

06 de septiembre, 1:39 · Me gusta Ya no me gusta



Submit Query

Comunicación - USAC vean el video, la versión mejorada en unos minutos. Saludos.

06 de septiembre, 1:39 · Me gusta



Esther Juárez Necesito asignarme el curso Filosofía dos, qué código utilizo? soy carné 2008. Gracias.

Comunicación - USAC Según pensum 2001 a 2009. El código de filosofía II es 109 con prerrequisito filosofía I *código 104.

Comunicación - USAC Aún no son las fechas de pre- inscripciones

05 de septiembre, 23:45 · Me gusta



Aceptar

Jaiiron Quiñones gracias t agradezco mucho.

9.8.7 PORTADA Y CONTRA-PORTADA DE LA “GUÍA ESTUDIANTIL ECC”



Se puede apreciar la portada de la Guía Estudiantil con la fotografía principal del edificio M-2, tomada por el epesista Ronny Meléndez Publicista Profesional.



Esta es la contraportada de la “Guía Estudiantil” con la fotografía del edificio de Bienestar Estudiantil, tomada en el año de 1994 por el Lic. Roberto Murga, quien a su vez otorgó los derechos para su publicación. Remasterizada por el Arq. Nelson Meléndez.

9.8.8 DIAGRAMACIÓN INTERNA DE LA GUÍA ESTUDIANTIL ECC.



Unas Palabras al Estudiante

El futuro de cualquier institución se construye en comunidad y con ahínco. Se comparte la dirección, la mirada hacia un destino mejor. Eso nos propinosa hace prácticamente ocho años, desarrollar comunicación trabajando por la calidad académica, mejor infraestructura y una mejor formación para los profesionales a través de los diferentes posgrados. Resulta difícil si no se cuenta con un equipo de docentes, administrativos y personal de servicios, asistiendo estudiantes conscientes y con actitud para el cambio.

Lo que se pretende con la presente guía es presentar a los estudiantes las diferentes carreras y sus respectivos cursos para que conozcan su carrera y adapten el compromiso de prepararse para ser los mejores profesionales del país. Tanto docentes como estudiantes deben construir una mejor Escuela de Ciencias de la Comunicación, el cual debe hacerse de modo en equipo y parafuncionando a Benedetti, cada escuela puede ser otra cuando el amor la transfigura cada escuela puede ser tantas como amores la recorren, como profesionales creyentes en la comunicación nueva y constructora de la democracia, el desarrollo y la interrelación, se meten a hacerlo.

Bienvenidas y bienvenidos dilectos estudiantes, esta es su casa de estudios, aprénciate como aprecias su futuro profesional.

M.A. Gustavo Bracamonte
Director.

1 Director ECC. Foto Archivo Periódico Tiempo, 2011.



MISIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación superior articulada a la formación, investigación y la tensión de manera integral, participativa y propositiva, consolidada de una sostenible y estratégica con visión de largo plazo, la preparación profesional de sus estudiantes. Procura la pertinencia, competitividad y actividad, mediante el vínculo, el compromiso y la identificación con sociedad, cuyo propósito es formar profesionales de alta calidad tanto a nivel de las carreras técnicas como de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los posgrados con especialidad en la materia.

VISIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es una institución de educación superior encargada de la formación de comunicadores a un alto sentido profesional, ético y competitivo, que responde a la demanda de una formación moderna y humanista, comprometida con búsqueda del desarrollo integral de la Universidad y del país.

OBJETIVOS

- Formar profesionales de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación del país.
- Formar profesionales capaces de investigar, analizar e informar sobre diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente función en la resolución de la problemática nacional.
- Establecer y fomentar la adecuación del estudiante de Ciencias de la Comunicación al medio guatemalteco, proporcionándole los conocimientos teóricos y prácticos, que le permitan la interpretación de los fenómenos socioeconómicos del país y de la función que el profesional de las ciencias de la comunicación desempeña.
- Promover la dinámica entre estudiantes y profesores, en los procesos docentes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción, con miras a incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones que permitan la transformación de Guatemala.
- Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.

INTEGRANTES:

- DIRECTOR
- SECRETARIO
- 2 REPRESENTANTES DOCENTES
- TITULARES
- 2 REPRESENTANTES ESTUDIANTILES
- 1 REPRESENTANTE PROFESIONAL EGRESADO

Según Reglamento Interno del Consejo Directivo. Aprobado en el punto Primero, del Acta extraordinaria No. 35-05 del Consejo Directivo de fecha 22-11-05.

CONSEJO DIRECTIVO

GUÍA ESTUDIANTIL | v

ASI FUNCIONA LA ECC

La Escuela de Ciencias de la Comunicación funciona en dos edificios: el M-2, que se ubica en el sector oriental del campus central en la zona 12, alberga las oficinas administrativas siendo estas; Dirección de la ECC, Tesorería, Control Académico, Oficina del Consejo Directivo, Oficinas de Extensión y Post-gradúo, Oficina de la Coordinación de Plan de Actualización a Distancia -PAD-, Coordinación de la Práctica Profesional Supervisada -EPS-, Oficina del Centro de Investigaciones-CCI-, Centro de Reproducción y Fotocopiado, la Coordinación de Docentes y sus respectivos cubículos todos los anteriores se alejan en el segundo nivel.

En el primer nivel del Edificio M-2 se encuentran: La Coordinación profesional de práctica supervisada de Publicidad y su respectiva agencia; denominada -Lagencia-, el Salón de Doctorado "Ana María Pedroni", Auditorium de conferencias de la ECC y aulas para docencia y servicios de fotocopiado.

El Edificio de Bienestar Estudiantil consta de tres niveles y comparte el mismo con la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Este edificio se encuentra ubicado al este de la biblioteca central. El segundo nivel del edificio alberga la coordinación de Comisión de Tesis para las carreras técnicas, la Biblioteca Flavio Herrera, los laboratorios de producción radiofónica "Lic. José María Torres", estudio de televisión y sala de redacción, así como los cubículos para estudiantes.

En el primer nivel funciona la oficina de Asociación de Estudiantes "Rescate Estudiantil", el laboratorio de fotografía, también el laboratorio de impresión de materiales de la ECC y aulas para la docencia. También cuenta con los servicios de dos fotocopiadoras y una cafetería. Actualmente comparte parte del tercer nivel del edificio con la División de Unidad de Salud Universitaria y los departamentos que pertenecen al Sistema de Ubicación y Nivelación (SUN), destinados a la evaluación de estudiantes de primer ingreso.



HISTORIA DE LA ECC

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala tiene ya más de 30 años de existencia. El antecedente más antiguo refiere al año 1947 cuando a instancias de dos condecorados universitarios, José Rolz Baratz y Carlos Martínez Durán, el Consejo Superior Universitario -CSU- creó en la joven Facultad de Humanidades la carrera de periodista, misma que por razones desconocidas nunca inició actividades.

En el año de 1952 en la celebración de un Congreso Centenario de Periodistas se resolvió la creación de una Escuela de Periodismo en su sede en Guatemala. Para el año 1953 ante el recordatorio de Mario René Chávez y Francisco Catalán, el CSU aprobó su creación y nombró a Flavio Herrera la Dirección de la nueva Escuela, denominada Escuela Centroamericana de Periodismo -ECCAP- quien contó entre sus primeros graduados a personas de la talla de Miguel Ángel Asturias, José Tzuc Riquelme, Álvaro Contreras Viquez, Pedro Julio García, Oscar Brulhas y David Vela, entre otros.

Originalmente la ECCAP fue autorizada para otorgar títulos de periodismo en un programa de 3 años, además, podía graduar profesionales a nivel de licenciatura con dos años adicionales. Funcionó además a la Facultad de Humanidades hasta 1974. Comunicaciones con varios profesores de la Escuela que existieron entonces a esta fecha, entre ellos el Doctor Carlos Iturrizaro, el Lic. Jesús Álvarez Moránzabal (ambos ex directores), M.A. Hugo Leonel Ruano, y Doctor Celestino Alfredo Tay Coyote, indican que tuvieron acceso a un documento dirigido al CSU por parte de los estudiantes y docentes donde indicaban que luego de haber estudiado, analizado, y construido las estructuras de la ECCAP habían concluido que "desde los planes de objetivos, contenido-estructura, metodología, recursos, la actual Escuela no cumple con los requerimientos técnicos y científicos de la perspectiva contemporánea".

Como resultado de estos planteamientos se produjo la separación de la Facultad de Humanidades y el 20 de noviembre de 1975 el Consejo Superior Universitario acordó la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, adscrita a la Facultad de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Posteriormente, el 31 de mayo de 1976, en Acta 13-76 punto quinto, se aprobó el reglamento de la nueva institución.

Este movimiento de transformación intentó adecuar en todos los niveles pedagógicos los objetivos de la Escuela, abogó por una metodología de enseñanza-aprendizaje más científica y participativa y por métodos evaluativos menos centrados en el aprendizaje memorístico. En el plano curricular devolvió el primer semestre a la historia, la de comunicación, la filosofía-literaria y la socioeconómica, y en cada una de ellas puso un director. La Junta de Directores de área conformó la Comisión Académica, un organismo coordinador por un lado y asesor de la Junta Directiva que, además, era paritaria, es decir con igual representación estudiantil-docente.

Desde 1977 venía la inquietud por servir en la Escuela otras carreras además a la periodismo. Celestino Alfredo Tay Coyote entonces director del Centro de Investigaciones de la ECC elaboró el estudio de factibilidad y el proyecto sirvió de base a la decisión del CSU contenida en el Acta del Consejo Superior Universitario 2-84, cuando las carreras intermedias de Publicista Profesional, Locución Profesional y Fotografía Profesional, aunque esta última no se impuso, ni se impuso debido a la casi nula demanda.

El año escolar 1985 comenzó con numerosa demanda, pero la Escuela no contaba con suficiente presupuesto, ni con un edificio propio, pues compartía el edificio de la Escuela de Profesores de Educación Media -EPEM-, que pertenecía a la Facultad de Humanidades. La demanda casi incontrolable encontró un respiro en 1988, cuando la Escuela obtuvo dos niveles del edificio destinado originalmente a Biblioteca Estudiantil. Pero este respiro solamente impulsó una mayor demanda, que solo fue contenida por el nuevo proceso de admisión instituido en la Universidad.

Sin embargo la cantidad de estudiantes no dejó de crecer. Por ello en 1989 la Junta Directiva Paritaria -JDP- logró el apoyo presupuestario para la creación de la jornada vespertina para impartir la carrera de publicista profesional y licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Comenzó a operar a inicios de 1990. Ese mismo año mediante punto octavo del Acta 2-90 Comisión Directiva Paritaria creó también la Comisión de tesis.

viii | Escuela de Ciencias de la Comunicación -USAC

En la "GUÍA ESTUDIANTIL" de la ECC se puede observar parte de la diagramación y alto diseño, con contenido previamente investigado según los requerimientos de la Oficina de Comunicación e Información -OCI- para la creación de documentos informativos de alto impacto.

9.8.7.1. Conociendo la historia de la ECC a través de la Guía Estudiantil.

CARRERAS Y PENSUM -ECC-



Actualmente la Escuela de Ciencias de la Comunicación promueve las carreras técnicas profesionales especializadas en principales áreas de la Comunicación: tales como Periodismo, Publicidad y Lecto Escrito así como Programas en Comunicación y Desarrollo, Comunicación Organizacional, Docencia en Comunicación Social.

Inferior Izquierda: Edificio M2.
Inferior Derecha: Detalle Edificio Bienestar Estudiantil.
Página Siguiente: Foto Staff "Lagencia" EPS 2010 -



HORARIOS DE JORNADAS

Vespertina, de 14:00 a 17:00 horas
(Licenciatura Publicidad y Licenciatura)

Nocturna, de 17:30 a 20:30 horas
(Carreras Técnicas y Licenciatura)

Plan de Autoformación a Distancia -PAE-
Sábados de 8:00 a 16:30 horas
(Carreras Técnicas, Licenciatura y Post-gradados)

HORARIOS DE ATENCIÓN

Administración (Edif. M2):
Lunes a viernes de 13:00 a 20:30 hrs.
Sábados de 9:00 a 13:00 hrs.

Control Académico-Tesorería
Lunes a viernes de 14:00 a 19:30 hrs.
Sábados de 9:00 a 13:00 hrs.

Biblioteca "Flavio Herrera"
Lunes a viernes de 14:00 a 20:00hrs.
Sábados de 8:00am a 14:00 hrs.



FACHADA MURAL EDIFICIO BIENESTAR ESTUDIANTIL

El mural surge como iniciativa de la Asociación de Estudiantes Universitarios (AEU) y la Comisión para la Celebración del Centenario de la Revolución del 20 de octubre de 1944 y de la Autonomía Universitaria, fue realizado por el Taller Latinoamericano de Murales (TALAMURO) en cumplimiento de un proyecto financiado por la Comunidad Económica Europea (C.E.E.), la USAC y la AEU.

Para la realización de dicha obra fueron invitados los pintores italianos de TALAMURO: Aurelio C. y Alessandra Vecchi. Los participantes fueron invitados a entregar un boceto, representando en el mismo un aspecto relevante de los logros de la década de la Revolución y de los acontecimientos más significativos desde 1954.

El mural se lee como la frase de un libro: de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. La fachada está dividida en dos bandos horizontales: en alto, la banda más grande reúne las imágenes simbólicas de los logros de la Revolución. La banda inferior resume los acontecimientos posteriores a la reforma agraria, los martires y las masacres acaecidas en el país y la esperanza de libertad y justicia.



MURAL SUPERIOR

En la primera parte de la banda superior las banderas nacionales guatemaltecas destruyen a la culebra, símbolo del poder dictatorial del general Uscio, mientras que "El Imparcial" anuncia la buena noticia "20 de octubre 1944: Guatemala libre". Empieza así el desfile de las conquistas democráticas: la campaña de alfabetización, el derecho de votar, el mejoramiento de la situación económica de la población.

En la segunda parte (imagen superior) el mejoramiento de la situación económica de la población, representado por las cuatro clases de maíz, obtenido a través de la lucha y la transparencia del ejercicio del poder. Seguidos por la representación de la Autonomía universitaria, el Código de trabajo y el desarrollo técnico-industrial (tercer parte).

La cuarta parte de la banda superior inicia con la imagen del Decreto 900 de la Reforma Agraria. Esta ley, impulsada por el presidente Jacobo Arbenz Guzmán genera una reacción violenta simbolizada por un relampago que destruye todas las conquistas democráticas. El mural termina con los brazos de un preso, víctima de la culebra de la dictadura y del imperialismo con carga de sangre inocente, de muerte y horror.



MURAL INFERIOR

La Primera imagen (página anterior, inferior izquierda), representa algunos campesinos, beneficiados por la reforma agraria de Arbenz, cayendo de repente sobre sus espaldas una señal de mal augurio: la meteorología "gringa" y en primer plano aparece el busazo de la United Fruit Company (U.F.C.O.) como símbolo de los estranjeros, las multinacionales; los poderosos que no renuncian a sus privilegios y por mantenerlos instauran un régimen de terror y miedo sirviéndose del Ejército Nacional que utilizó la violencia a través de los asesinatos y masacres, grabados en el segundo cuadro.

Seguido, la segunda parte (página anterior, inferior derecha), soldados apuntando sus fusiles contra un posible maestro de escuela preso, mártir de la concientización a los oprimidos como lo han hecho muchos egresados de la USAC. A la par de él una niña herida en un ojo, abandonada y miserable. Los colores tenues de esta zona simbolizan la vida triste de un pueblo martirizado y el de "TIERRA ARRASADA". Entre los martires de la derecha se vislumbran en primer plano un estudiante con el clavil rojo, símbolo de la eternidad



de la memoria y del color de la sangre que jamás olvidó. Una mujer sentando un clavil, mientras su hijo tiene la mirada fija en un futuro más justo sin mártires ni pobreza.

Al centro del mural aparece el gigante, en símbolo del pueblo de Guatemala, que lucha fortalecido en la memoria y en el espíritu de la Revolución. Este personaje anuncia que con la lucha de todo el pueblo tímido se podrá alcanzar otra vez la democracia.

La siguiente fase empieza la marcha del pueblo (inferior izquierda), una imagen heroica de lucha contra la injusticia y la infamia, por la paz, democracia y con el respeto de los Derechos Humanos y Civiles. Por esto son niños los que levantan la manta reclamando estos derechos y los jóvenes levantan la bandera de la AEU.

El mural termina con la esperanza de lograr un día, a través de la lucha, liberar el sol, porque existen lugares, como Guatemala, donde tampoco el sol es de todos: el pueblo que más lo necesita, no puede gozar de él (imagen inferior).

Detalles del Mural de Bienestar Estudiantil.
Foto ©Roberto Murga, 1994, y Ronny Meléndez, 2011



LA "GUÍA ESTUDIANTIL ECC" Brinda detallada y puntual información sobre la ECC. Institución universitaria de joven trayectoria, pues tiene 30 años de existencia, el presente documento introduce al lector en la historia dándole a conocer fechas importantes y eventos importantes desde su creación en el año 1952 hasta el año 2011.

9.8.9 La Guía brinda información acerca de las diferentes carreras técnicas, licenciatura y post-grado.

e. Maestría en Comunicación para el Desarrollo

Tiene el propósito de contribuir a mejorar procesos comunicativos que incentiven y promuevan el desarrollo integral de la sociedad guatemalteca.

POBLACIÓN META

Profesionales interesados que quieran especializarse en el campo de la ciencia y de la técnica.

OBJETIVOS DE LA MAESTRÍA

- Actualizar profesionalmente a los egresados de las universidades en el campo de la comunicación y el desarrollo.

- Fortalecer la capacidad profesional para organizar, dirigir y evaluar proyectos de comunicación social con énfasis en el desarrollo.
- Mejorar las habilidades investigativas en el área de la comunicación y desarrollo.
- Capacitar a los profesionales para incidir efectivamente en ámbitos de mayor trascendencia tales como: educación, salud, ambiente, derechos humanos y tecnología de la comunicación e información.



Sesión de Fotos, Entrevistas EPS, Estudio de Televisión. 2011

GUÍA ESTUDIANTEL | 13



AGENCIA DE PUBLICIDAD "LAGENCIA"

LAGENCIA, pertenece al departamento de Extensión Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, su objetivo dentro de la institución es de carácter formativo-afectivo y sus fines son realizar estrategias de comunicación a entidades institucionales y/o comerciales, y obtener por ello una remuneración en equipo que favorezca a las prácticas pedagógicas de la unidad académica.

El proyecto de crear la agencia de publicidad y comunicación surgió por iniciativa de la comisión de Extensión y con el apoyo de la dirección de la Escuela a cargo del M.A. Gustavo Escamonte, en febrero de 2009. En el mes de marzo del mismo año, la Dirección de la ECC otorgó un área física para su funcionamiento. Las instalaciones de Lagencia se ubican en la ciudad universitaria, zona 12, en el primer nivel del edificio M-2 de la ECC.

Integrar la creatividad y la responsabilidad social es uno de varios aspectos que destacan a Lagencia. Entre los principales servicios se encuentran: Estrategias de Comunicación, Manejo estratégico de Marca, Producción de Radio y Televisión, Diseño Gráfico, Fotografía Profesional, BTL, Imagen Corporativa, páginas Web, entre otros.

El nombre de Lagencia surge del concepto "gen", mismo que ha ido variando a lo largo del tiempo, y es una palabra griega que significa "generar", en la idea original, el gen es el responsable de la transmisión de los caracteres de una "generación" a la siguiente.

El coordinador general de Lagencia es el Lic. Hugo Nery Bach. El Lic. Alejandro Solares dirige el departamento de Diseño y Creatividad, y la Licda. Paula Aguiar se ocupa de la administración. El requisito para integrarse es comprometerse a asistir y darle seguimiento a las cuentas que aquí se manejan durante un periodo de tiempo determinado, de acuerdo a los horarios establecidos.

GUÍA ESTUDIANTEL | 43

OPCIONES DE GRADUACIÓN

Egresados de Licenciatura después de su examen público.
Lobby Paralelo Universitario USAC. © Ronny Meléndez, 2011.



EXÁMENES TÉCNICO PROFESIONAL

Requisitos para solicitar examen Privado Profesional:

- Solicitar por escrito al Consejo Directivo, examen Técnico de cualquiera de las carreras. Datos que debe incluir a su solicitud.
 - Nombre y apellidos completos.
 - Número de carné.
 - Dirección, número de teléfono celular y correo electrónico.
 - Jornada en la que cerró la carrera técnica.
- A su solicitud, adjuntar los siguientes documentos:
 - Fotocopia de cédula o DPI.
 - Fotocopia de cierre de Pensum de la carrera Técnica.
 - 2 Fotocopias de recibo por Q.250.00. Pago de derecho de examen, generar la boleta en línea en la página Web ECC.*

- Constancia de no poseer bienes de la Escuela, extendida por Tesorería de la ECC.
 - Fotocopia de Matrícula consolidada o Solvencia General VI-GENTE (solicitar constancia de cierre en Control Académico para que se le extienda recibo en Caja Central de la USAC y su respectivo sello de inscripción en Registro y Estadística.
 - Solvencia de Biblioteca de la Escuela (Se cancela en Tesorería de la ECC).
- Descarga MODELO DE SOLICITUD en la página Web ECC.*

ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD OBSERVAR NUEVO
NORMATIVO DEL EXAMEN TÉCNICO DE PUBLICIDAD EN:
* www.comunicacion.usac.edu.gt

CREDITOS Y AGRADECIMIENTOS



Dirección:
M.A. GUSTAVO BRACAMONTES
Coordinador -OCC-:
M.A. GUSTAVO PARDO
Diseño y Diagramación:
RONNY MELÉNDEZ PINZÓN
Fotografía de Portada:
EDIFICIO M2
RONNY MELÉNDEZ
Fotografía Contraportada:
BIENESTAR ESTUDIANTEL (Remasterizada)
LIC. ROBERTO MURGA
Historia Mural Bienestar Estudiantil:
LIC. MARCO ANTONIO PINEDA
Información:
LIC. ISMAEL AVENDAÑO
LIC. STEVEN MENCOS
LIC. OTTO YELA
LIC. ELJO QUIM
LIC. HUGO NERY BACH
LIC. NELSON DIEGUEZ
CARLOS MENDOZA
VIOLETA CEFINO
MARRISA
Colaboradores Fotografía:
ELMERY Y NELSON MELÉNDEZ
LAGENCIA
EPS 2010 Y 2011

Sígueme: <http://ronnymelendez.blogspot.com/>

Se puede observar la información que brinda la Guía acerca de todas las carreras, laboratorios, dependencias y áreas de coordinación académica de la ECC.

La “Guía Estudiantil” de la ECC es un proyecto estratégico comunicacional elaborado para la Oficina de Comunicación e Información y supervisado por la coordinación del Ejercicio Profesional de Licenciatura para el fortalecimiento institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Por una Escuela con Luz propia, “ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Campus Central, octubre de 2,011.

OFICINA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN -OCI-

La “Oficina de Comunicación e Información”, ubicada en el segundo nivel del edificio M-2, cumple sus funciones dentro de la Coordinación de la Comisión de Extensión. Inicio labores en agosto de 2008, su objetivo primordial es brindar a cada estudiante información adecuada de acuerdo a sus necesidades. La información que brinda es de forma general con respecto a todo tipo de trámites o bien resolver interrogantes que presentan de acuerdo a su pensum de estudio de cada carrera.

Además proporciona los servicios de información por medio de correo electrónico masivo, tomando como fuente la base de datos con que cuenta el departamento de Control Académico respecto a la comunidad estudiantil. También existe la atención personalizada a través de medios interactivos de internet de mayor rating como lo son Facebook y twitter, medios eficaces para informar los asuntos de mayor relevancia para los estudiantes. Su página web que constantemente es actualizada garantiza el flujo de información en tiempo real.

Esta oficina cumplirá tres años, no se encuentra inscrita, ni ubicada dentro del actual organigrama administrativo, puesto que aún es un proyecto de comunicación, puesto a prueba para conocer la efectividad, la influencia y el impacto de comunicación e información que pueda representar para comunidad estudiantil” (M.A. Gustavo Parido)

COORDINACIÓN ACADÉMICA

La Coordinación Académica es la instancia para planificar y administrar las actividades de enseñanza-aprendizaje conjuntamente con las direcciones de área. También coordina las actividades del Sistema de Ubicación y Nivelación de estudiantes de primer ingreso, el cual realiza exámenes de admisión. El encargado de este departamento es el M.A. César Uívar.

Panorámica Plaza de las Maritimas, USAC. Fotografía ©Neel Méndez, 2011.

COORDINACIÓN DE PLANIFICACIÓN

La Coordinación de Planificación es la encargada de la planificación anual, que permite el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, actualmente coordinado por Juan Alberto González” (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

“La comisión de extensión es la vinculación social de la Universidad, se concretiza con participación activa, responsable y auto determinada de todos los miembros de la misma. Es constituida como un programa integral de docencia, investigación y servicio a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuya al desarrollo nacional” (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

“La comisión de extensión es limitada debido a la falta de divulgación y programas que promuevan su importancia. A pesar de contar con programas de vinculación. Aún no existen mecanismos claros para favorecer el fortalecimiento y desarrollo institucional de esta función. Esto se ve cuando las unidades académicas no cuentan con una comisión de extensión. Y menos con atención presupuestaria y

recursos humanos que permitan la facilitación para alcanzar sus fines. En tiempos más recientes se empieza a concebir a la extensión universitaria como un espacio de comunicación del que hacen universitarios con su sociedad.

Como una acción recíproca en la que tanto sociedad como la universidad aprenden de la interacción. Como resultado de esta visión se incorporan a los edificios de Extensión Universitaria programas de divulgación científica y tecnológica, de educación continua, de atención a egresados.

Para fortalecer el criterio sobre la importancia de la función social en las universidades a continuación se presentan algunos planteamientos que al respecto se hacen en distintas instancias. La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior de México señala: Se debe concebir la función como una actividad estratégica de las instituciones de educación superior, en tanto que favorece la creatividad la innovación y el contacto con el entorno, permitiendo la generación de respuestas oportunas y flexibles, evitando la obsolescencia. Actualmente, quien tiene a cargo dicha comisión es la Dra. Leubia Morales” (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).



40 | Escuela de Ciencias de la Comunicación - USAC

GUÍA ESTUDIANTIL | 41



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



DESARROLLANDO COMUNICACIÓN

Administración:
M.A. Gustavo Bracamonte Cerón.



WWW.COMUNICACION.USAC.EDU.GT