

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

**TEMA:**

Digitalización del Estudio de Televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

**BRAYAN RAFAEL MENCOS PALOMO**

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**Guatemala, 27 de Octubre del 2014**

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

**Digitalización del Estudio de Televisión, 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:

**Brayan Rafael Mencos Palomo**

Previo a optar al título de

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor:

Msc. Sergio Morataya

**Guatemala Noviembre 2014**



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

Guatemala, octubre 2014

M.Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS licenciatura  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

M.Sc. Morataya:

Hago constar que el estudiante: **BRAYAN RAFAEL MENCOS PALOMO**, carné 9610509, finalizó el Ejercicio Profesional supervisado EPS, en esta Coordinación, cumpliendo con 300 horas de práctica que comprende del 2 de junio a 8 de agosto del año en curso.

El estudiante Mencos Palomo, realizó el proyecto de comunicación: "Digitalización del Estudio de Televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Viricio Morataya  
Coordinador



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)





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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

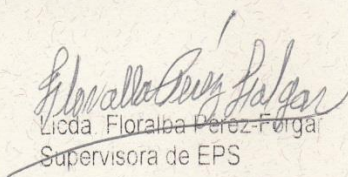
Estudiante  
**Brayan Rafael Mencos Palomo**  
Carné: **199610509**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

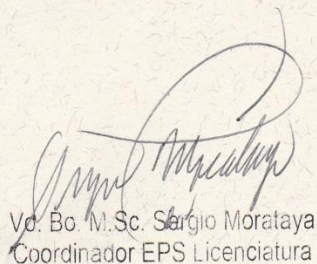
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Digitalización del Estudio de Televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación"**

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

"ID Y ENSEÑAN A TODOS"

  
Licda. Floralba Pérez-Forga  
Supervisora de EPS



  
Vd. Bo. M. Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura

## **Consejo Directivo**

### **Director**

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

### **Secretaria**

M.A. Claudia Molina

### **Representantes de docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

### **Representante de los egresados**

Lic. Michael González Batres

### **Representantes estudiantiles**

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

### **Coordinador de EPS**

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

### **Supervisora de EPS**

Licda. Floralba Pérez-Folgar

## **Dedicatoria y agradecimientos**

### **A mi padre celestial:**

Por su infinito amor, fidelidad y fortaleza. Por su espíritu que está conmigo en cada día, cada minuto, cada segundo de mi vida, sin fallarme. Por ser lo que soy. Porque sin Él no sería nadie. Gracias padre eterno por darme la sabiduría para descubrir lo correcto, la voluntad para elegirlo y la fuerza para mantenerlo y seguir adelante.

### **A mis padres:**

**Amalia Palomo Castellanos y Oscar Alberto Mencos Gudiel**, por su ejemplo de amor, sabiduría, gratitud y entrega. Gracias por ser la razón de mí existir. Por estar siempre conmigo animándome a seguir adelante y brindándome ese apoyo cuando siento desmayar, por darme el ejemplo de superación. Mil gracias por sus sabios consejos y sus regaños, por ser mi camino, mis luces y señales para lograr mis triunfos; prueba de ello es este logro compartido que no fuese posible sin ustedes, que Dios los bendiga siempre.

### **A mis hermanos:**

**Denis Alberto Mencos Palomo y Oscar Estivens Mencos Palomo**, por su amor fraternal y por su apoyo incondicional que siempre me han brindado, espero que estén orgullosos de mí, como yo lo estoy de ustedes, muchas gracias.

### **A mis hijos:**

**Kevin Alfredo Mencos, Joselyne Waleska Mencos y José Rene Mencos**, quienes son la razón de mis esfuerzos y dedicación que Dios me los cuide siempre.

### **A mi familia en general:**

Quienes siempre me han apoyado, **Hortencia Palomo, Vinicio Palomo y Estela Palomo, Michel, la chata, Milko y Elba, Lester, Gary, Tato, Estuardo Palomo, Sergio, Mario Vinicio, Oscar Roberto, Jimmy, Glenda, Vanesa, Juanita, Emma Mencos, George Mencos, Oscarito**, y todos los demás gracias muchas gracias.

### **A mis amigos de siempre:**

**Gilito, Chelón, Hugo Castro, Julio Ochoa, Maco Melgar, Neto Cancinos, Carlos Vázquez**, y en especial a: **Jackelyn Tanches**, "Mi loquita", muchas gracias a todos por su apoyo y amistad que Dios los bendiga siempre.

**A mi Patria, a mis Docentes y a mi Alma Mater:** La tricentenaria **Universidad de San Carlos de Guatemala** y a la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, Mil y Mil gracias.

**Para los efectos legales, únicamente el autor  
es responsable del contenido de este  
documento**

## **RESUMEN**

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

**TITULO:** Digitalización del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:** Brayan Rafael Mencos Palomo

**METODOLOGÍA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:** Convertir el estudio de televisión de análogo a Digital, y aumentar la practica televisiva en las diferentes carreras.

**INSTRUMENTOS:** Cuestionarios, encuestas, entrevistas y publicidad.

#### **PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA INFORMACIÓN:**

Se obtuvo la información, utilizando el método de observación diagnóstica y a través de las entrevistas realizadas a estudiantes y docentes sobre las limitaciones del estudio de televisión, y la falta de práctica televisiva para los estudiantes de las diferentes carreras comunicacionales que se imparten en esta casa de estudios.

Llegando al término de nuestro proyecto, convirtiendo el estudio de televisión el cual era análogo a un estudio de televisión digital.



## Índice General

Resumen	
Índice	
Introducción.....	1
Objetivos .....	2
Objetivos Generales.....	3
Objetivos Específicos.....	4
Que es el Estudio de Televisión.....	5
Antecedentes del Estudio de Televisión.....	6
Antecedentes del Estudio de Televisión.....	7
Marco Filosófico.....	8
Organigrama.....	9
FODA .....	10
Oportunidades.....	11
Debilidades.. ..	12
Amenazas ... ..	13
Análisis.....	14
Metodología. ....	15
Etapas .....	16
Etapas .....	17
Evaluación... ..	18
Instrumentos.....	19
Cronograma .....	20
Cronograma .....	21
Recopilación de datos.....	22

Observación.....	23
Fichas.....	24
Fichas.....	25
Resultados ..	26
Tablas Comparativas.....	27
Graficas.....	28
Datos de la encuesta.....	29
Graficas.....	30
Graficas.....	31
Graficas.....	32
Graficas.....	33
Graficas.....	34
Graficas.....	35
Graficas.....	36
Graficas.....	37
Graficas.....	38
Graficas.....	39
Radiografía..	40
Noticiero .....	41
Control y Continuidad.....	42
Elementos con que cuenta el estudio de televisión.....	43
Descripción de la comunicación interna.....	44
Infraestructura del estudio de televisión.....	45
Canales de comunicación interna.....	46
Rumores.....	47

Comunicación externa.....	48
Plan Operativo anual del estudio de televisión.....	49
Campañas Realizadas del Estudio de T.V.....	50
Plan estratégico.....	51
El plan estratégico que se va a ejecutar.....	52
Presupuesto para este año.....	53
Anexos.....	54
Transcripción de las entrevistas.....	55
Conclusiones.....	56
Bibliografía.....	57
<b>Capítulo II, Plan de comunicación.....</b>	<b>58</b>
Plan de Comunicación.....	59
Estudio de mercadeo o radiografía del Estudio de televisión.....	60
Objetivos del plan de comunicación.....	61
Público Objetivo.....	62
Jornadas a trabajar nuestro plan.....	63
Mensaje.....	64
Bocetos propuesta de afiche1.....	65
Propuesta afiche 2.....	66
Propuesta afiche 3.....	67
Propuesta afiche 4.....	68
Propuesta afiche 5.....	69
Propuesta afiche 6.....	70
Imagen 3D 1.....	71
Imagen 3D 1.2.....	72

Imagen 3D 1.3.....	73
Imagen 3D 1.4.....	74
Imagen 3D 1.5.....	75
Imagen 3D 1.6.....	76
Imagen 3D 1.7.....	77
Imagen 3D 1.8.....	78
Asegurar la disciplina del mensaje .....	79
Estrategia.....	80
Paso de aulas, Eventos e Internet.....	81
Avatar Profile.....	82
Planes de comunicación.....	83
Calendario de actividades.....	84
Calendario de actividades.....	85
Calendario de actividades y Presupuesto.....	86
Presupuesto.....	87
Cotización de materiales.....	88
Control y seguimiento (Evaluación).....	89
Herramientas y Técnicas de evaluación.....	90
Proporcionalidad.....	91
Análisis documental.....	92
Entrevistas a los estudiantes y docentes.....	93
Ficha de evaluación.....	94
<b>Capítulo III Control Ejecución del plan de comunicación.....</b>	<b>95</b>
Actualización del sistema de iluminación.....	96
Conexión del cableado y servicio de Internet.....	97

Instalación de la tarjeta digital al VTR.....	98
Adquisición de Dimers digitales.....	99
Paso de aulas.....	100
Actualizaciones en el set.....	101
Iluminación convertida al sistema digital... ..	102
Conversión de audio análogo a digital.....	103
Capturadora para conexión USB.....	104
Exposiciones y publicidad.....	105
Reforzamiento de la publicidad externa.....	106
Realización de la fan page de Facebook.....	107
<b>Capítulo IV Evaluación.....</b>	<b>108</b>
Términos de la evaluación.....	109
Conclusiones.....	110
Recomendaciones.....	111
Referencias bibliográficas.....	112
Bibliografía.....	113
Bibliografía.....	114
Anexos.....	115

## **Introducción:**

La comunicación social, en la actualidad, exige a quienes se desenvuelven en este campo, poseer un conocimiento mucho más amplio en distintas técnicas, como lo es la práctica en televisión en sus diferentes áreas.

Ésta situación obliga a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en sus distintas carreras, a no limitarse a dominar solo las áreas relativas en sus estudios de pensum directo. Ahora debemos ser integrales a tener como mínimo nociones básicas sobre otros campos profesionales de la comunicación.

Frente a esta necesidad, surge esta fase diagnóstica, de elaborar el presente texto para poder detectar las debilidades del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, y poderlas convertir en fortalezas para que todos los estudiantes de esta casa de estudios puedan utilizarlo de una forma adecuada, la cual se ajustará a sus necesidades profesionales.

En este diagnóstico, el lector podrá encontrar una guía paso a paso y completa sobre la información general del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, desde la Historia del mismo, sus inicios y desarrollo hasta un tutorial didáctico de cómo manejarse dentro del estudio para su mejor aprovechamiento.

Cada tema está explicado de forma sencilla, y con ejemplos, de tal manera que no queden dudas sobre el presente diagnóstico.



## Objetivos

El objetivo de este trabajo de comunicación, es encontrar las debilidades y fortalezas que se encuentran actualmente en el estudio de televisión de la Escuela de ciencias de la comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala como parte del Ejercicio Profesional Supervisado, y poder encontrar las herramientas adecuadas para fortalecer las debilidades del mismo seguido de estrategias conformadas por un plan de trabajo el cual nos dará resultados satisfactorios, para el mejor rendimiento comunicacional para su práctica y ejecución.

Utilizando, encuestas, entrevistas, fotografías, y otras herramientas, así como la opinión de los estudiantes que visitan el estudio de televisión y sus encargados internos podremos detectar cuáles son sus problemas internos.

Obteniendo, los resultados cuales fueren, encontraremos un plan de trabajo a seguir paso a paso para para corregir los problemas internos de este laboratorio de práctica televisiva.

Entregando, las fórmulas adecuadas a las autoridades del Ejercicio Profesional Supervisado, para su análisis y a los encargados del área en cuestión, aseguraremos la estrategia siguiente a realizar la cual será, un plan de trabajo para reparar las áreas debilitadas y reforzar las cualidades positivas del proyecto comunicacional que estamos diagnosticando.

En sí, nuestro objetivo es realizar nuestro Ejercicio Profesional Supervisado, en un área de comunicación Social y poder demostrar los conocimientos adquiridos durante nuestros años de estudio, y presentar resultados positivos en el lugar que se nos asignó para hacer nuestras prácticas profesionales demostrando resultados satisfactorios los que serán de cambio y de forma dentro de la institución.

## **Objetivos Generales**

Elaborar un diagnóstico, para el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como una herramienta de estrategia que nos permitirá contemplar, valorar, examinar y determinar la verdadera condición en la que se encuentra el Estudio de televisión.

Desde el interior de mismo, para poder detectar las debilidades de este laboratorio que se puedan venir dando desde su inicio y como está constituido.

Utilizando el método científico de observación, encontraremos las fallas que afectan el desarrollo comunicacional interno de esta institución.

Para poder ejecutar una estrategia, basada en un plan efectivo, tendremos que hacer estudios basados en la opinión externa e interna del área en investigación.

Por medio de, encuestas y entrevistas a las personas en este caso estudiantes que utilizan este centro de prácticas televisivas para su formación académica.

Y poder demostrar, por medio de los resultados de nuestro diagnóstico, donde se encuentran los problemas y la solución inmediata de los mismos.

Para poder lograr nuestros objetivos, detallaré a continuación paso a paso los procedimientos científicos, obtenidos de este diagnóstico comunicacional realizado en el estudio de televisión, de la Universidad de San Carlos de Guatemala en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

## **Objetivos Específicos**

El objetivo específico, es poder determinar por medio de nuestro diagnóstico, los resultados de cada uno de los cambios ejecutados en el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de san Carlos de Guatemala actualmente.

Actualizar, la comunicación interna y externa de las personas en este caso estudiantes que utilizan esta área de laboratorio para sus prácticas televisivas en sus diferentes carreras de profesionalización así como su estructura interna.

Integrar un planteamiento práctico, para demostrar los cambios internos y externos del estudio de televisión y poder así hacer un cambio de opinión de los usuarios del mismo.

El objetivo específico de este diagnóstico, es elaborar una serie de recomendaciones que permitan al estudiante dentro del estudio de televisión, así como a sus encargados poder guiarse de una forma más concreta y practica para poder realizar sus diferentes actividades académicas.

Para que en el futuro, puedan seguir estos pasos para mantenerse actualizados desde todo punto de vista, y lograr también una comunicación más cercana y resolver los problemas de la institución de una manera más práctica.

## ¿Qué es el Estudio de Televisión?

El estudio de televisión, es un laboratorio de práctica directa que trata de enseñar al estudiante de la Escuela de ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, todo lo que concierne al tema de cómo hacer televisión.

Son las técnicas empleadas, para crear un programa de televisión. El proceso completo de creación comprende, la escritura del guion, elaboración de un presupuesto, contratación de personal creativo, diseño de decorados y ensayos antes de que se comience a grabar.

Tras la producción, el proceso de producción incluye la edición en vídeo, además de añadir sonido, música y efectos visuales.

### **Entre los temas que el estudiante aprende son:**

1. Historia de la televisión en Guatemala.
2. Producción televisiva.
3. ¿Qué es la producción televisiva?
4. ¿Qué es el equipo de producción?
5. ¿Qué es un productor?
6. Géneros televisivos
7. Formatos televisivos
8. Informativos y edición
9. La postura
10. Los gestos
11. Hacer un spot televisivo
12. Hacer un tele –noticiero
13. Realizar un programa completo de televisión utilizando todos los géneros aprendidos en el estudio de televisión.

El laboratorio de televisión, está diseñado para las prácticas de estudiantes de Periodismo, Locución, Publicidad y Licenciatura en sus diferentes Semestres de sus carreras profesionales.

## **Antecedentes e historia del Estudio de Televisión**

Este proyecto comenzó a formarse desde hace aproximadamente 13 o 15 años, inicia bajo la administración del Dr. Carlos Interiano.

En el año 2000 es aprobado el proyecto por rectoría y es autorizada una suma de 0.5 millón de quetzales aproximado para la ejecución, para este entonces el director de la Escuela el Lic. Wagner Díaz, en este tiempo se compró parte del equipo, pero no se tenía completada la infraestructura para el estudio, por lo que el proyecto se quedó estancado, quedándose guardado todo el equipo que ya había sido adquirido.

En los primeros 2 años de administración del Lic. Bracamonte, se retoma el proyecto, y se empieza realmente a trabajar en la ejecución. Se busca el lugar adecuado y se empiezan los trabajos de infraestructura el estudio está ubicado en el 2do nivel del edificio de Bienestar Estudiantil, antiguamente era el salón 210 que era el más grande y estaba destinado para los alumnos de publicidad, el cual se unió con el salón que antiguamente era el salón de redacción.

El 28 de enero del 2008, se abre el estudio, bajo la coordinación del Lic. Estivens Mencos, pero realmente es inaugurado hasta el día 23 de noviembre de 2009.

En la actualidad se está trabajando en el estudio de televisión aunque todavía falta comprar mucho equipo, se estima que todavía falta una inversión de Q.300.00.00 aproximadamente. Tiene capacidad para 80 personas, aunque actualmente solo se cuenta con 40 butacas.

Aparte del dinero designado por rectoría, el director ha asignado fondos propios de la escuela para el mejoramiento del estudio, y se han recibido a través de negociaciones del director como donaciones, de distintas empresas como: Acude, Crea Films comunicación así como alumnos que también han hecho donaciones pequeñas.

Cuenta con el área para tres set, 2 laterales y un central, 2 camerinos y área para utilería, una isla para producción. También cuenta con aire acondicionado.

Su función principal es que los estudiantes conozcan todo el proceso de producción y tengan la experiencia real de un trabajo en estudio. El estudio es parte de extensión y está disponible para todos los alumnos de la escuela, aunque en la actualidad los alumnos de sexto semestre de periodismo son los que más lo utilizan, en clase de televisión multimedia que también es impartida por el Lic. Estivens Mencos.

Los estudiantes de publicidad o de otras carreras que necesitan grabar spot televisivos, pueden hacerlo, pero como no se cuenta con muchos recursos, hay gastos que ellos deben cubrir, como el gasto de baterías para los micrófonos inalámbricos, etc.

El estudio tiene varios proyectos que están por realizarse, como la producción de programas que se transmiten en Tv Usac, así como talleres. El horario en el que está abierto es de lunes a viernes de 4:00 a 8:00 pm y sábados de 10:00 a 6:00 p.m. aunque si se requiere utilizar en otro horario, es posible con previa solicitud.



## **Marco filosófico**

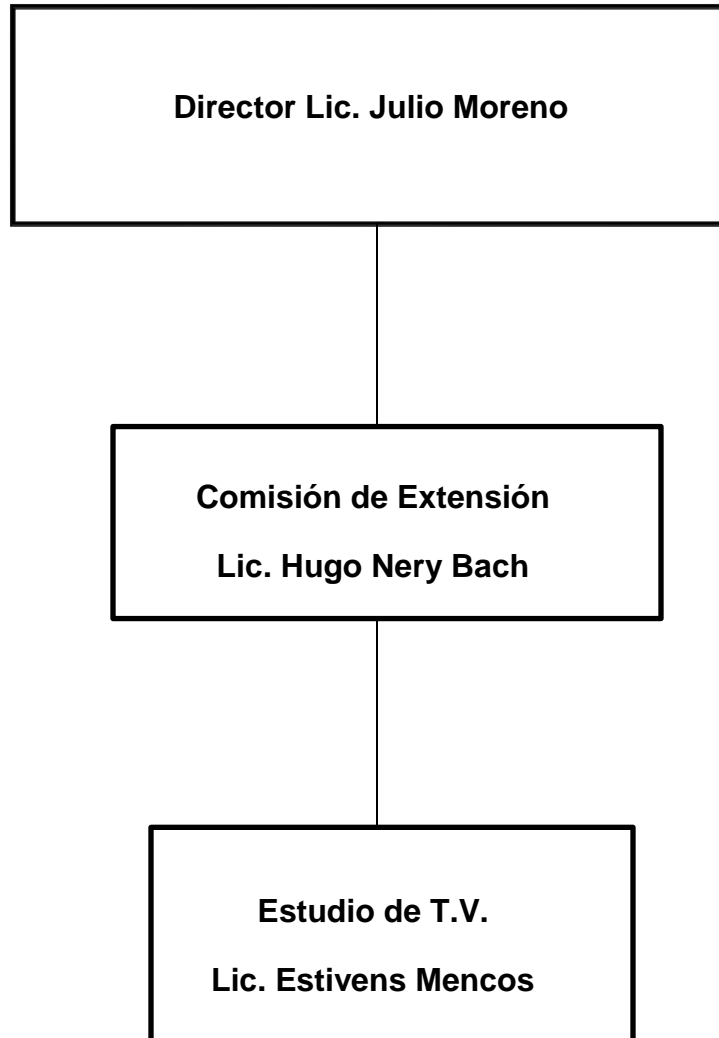
### **Misión**

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación 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.

### **Visión**

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

# Organigrama



## FODA

### Estudio de Televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	Capacidades distintas Ventajas naturales Recursos superiores	Recursos y capacidades escasas Resistencia al cambio Problemas de motivación del personal
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externos	Nuevas tecnologías Debilitamiento de competidores Posicionamiento estratégico	Altos riesgos - Cambios en el entorno

#### Pasos importantes qué analizar dentro del estudio de Televisión.

Lo relevante de lo irrelevante.

Lo externo de lo interno.

Lo bueno de lo malo.

#### FORTALEZAS

tenemos cierto control. Aquí anotaremos las características, ventajas, capacidades especiales y recursos superiores que tenemos respecto al estudio de televisión. Generalmente hemos notado que estas características son de aplicación interna, y de las cuales

1. El estudio de televisión, cuenta con cierto capital para invertir.
2. El docente encargado tiene conocimientos avanzados de soporte técnico.
3. El docente es bueno con las relaciones públicas y cuenta con equipo básico.
4. El personal puede reparar desperfectos del equipo de producción.
5. Los encargados Pueden dar cursos de capacitación.
6. El estudio aporta ventajas (por ubicación, horario, seguridad, tamaño y equipo).
7. El personal tiene el conocimiento de paquetes de edición y como subir los vídeos en páginas web.
8. El docente cuenta con personal interno, quienes tienen especialidad en producción de televisión y contactos externos expertos en ramo.

## OPORTUNIDADES

Anotamos aquí las oportunidades que se presentan en este momento y a corto y mediano plazo (3-6 meses). Estos son factores positivos (generalmente externos), que se generan en el entorno y que pueden ser aprovechados para el desarrollo del estudio de televisión. Por ejemplo:

La creación de los set, con el poco capital que se cuenta. Esto puede ser una fortaleza, pero si no empieza a ejecutar inmediatamente puede dejar de ser oportunidad.

La oportunidad, de que el estudio de televisión puede ser auto financiable ofreciendo sus servicios a otras facultades y sus mismos estudiantes.

Aprovechar los horarios que no se utiliza, para impartir cursos de televisión para principiantes y expertos.

Impartir cursos de edición, para principiantes y avanzados, éste es tema de gran interés para los estudiantes de las diferentes Carreras y facultades.

La creación de cursos de capacitación o diplomados en las escuelas de vacaciones para poder generar fondos económicos para el siguiente semestre y poder contar así con materiales, Discos DVD, CD, cintas magnéticas DVC pro 66 etc.

El compromiso que adquirió con el señor sector con el estudio de televisión y su ayuda directa, la cual no se aprovechado por medio de la autoridades actuales.

La creación de una página web, para dar a conocer las oportunidades con las que cuenta el estudio.

Aprovechar el espacio televisivo para estudiantes que manejan diferentes cualidades artísticas para darlas a conocer a nivel externo.

La realización de materiales didácticos y tutoriales, en formato de vídeo para los estudiantes de la escuela.

Especialización, de los locutores y publicistas en la rama de televisión estándar convencional y multimedia.

Actualización de materiales en formatos análogos a formatos digitales, VHS, BETA CAM, HI 8 a formatos de DVD, equipo con el cual cuenta el estudio de televisión.

## DEBILIDADES

Las debilidades se refieren, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que el estudio de televisión ya tiene, y que constituyen barreras para lograr la buena marcha del laboratorio. También se pueden clasificar: Aspectos del Servicio que se brinda, Aspectos Financieros, Aspectos de Mercado, Aspectos Organizacionales, Aspectos de Control.

Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Recursos escasos (dinero, equipos, tamaño del estudio, etc.)

Poca capacidad económica para atender la demanda de soporte técnico, actualización del equipo, instalación de programas, etc.

La falta de personal para atender el estudio y personal poco motivado

La adquisición de una computadora para poder reproducir materiales digitales, como memorías USB, reproducir audios con programas adecuados para su uso en línea con el equipo análogo existente.

Se debería evitar, hacer trabajos que no tienen nada que ver con televisión.

El estudiante percibe inmediatamente, que hace falta personal, equipo y más tiempo para trabajar en el estudio de televisión.

Los factores que reducen el aprovechamiento del estudio, son la falta de interés de las autoridades por mejorarlo, y el poco tiempo que tiene el estudiante dentro del mismo, así como la falta de equipo esencial para su desarrollo.

Mejorar los camerinos, haciéndolos más grandes.

La realización de los set, para noticias, entrevistas y spot, para un mejor desempeño por parte de los estudiantes.

Adquisición de luces terrestres y aéreas para una mejor iluminación para la definición de las cámaras de vídeo profesional, dentro del estudio.

Adquisición de butacas para que el público y estudiantes estén cómodamente sentados y no en el suelo como hasta el día de hoy.

## AMENAZAS

Las amenazas son situaciones negativas, generalmente externas, que pueden atentarse contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

Algunas de las respuestas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

A los obstáculos que se enfrenta el estudio, es la falta de atención al mismo por parte de las autoridades y el poco financiamiento para el mismo.

La tecnología avanza a pasos gigantescos y el estudio se está quedando atrás y puede llegar a ser obsoleto si no se toman medidas de cambio inmediatas

El mayor obstáculo es la falta de capital.

No se cuenta con equipo emergente a la hora de un problema o falla de una de las dos cámaras y demás equipo, dentro del estudio.

La creación de estudios de televisión externos, pueden hacer que el estudiante pierda interés en la práctica que se realiza en el laboratorio.

Capacitación externa, por medio de cursos intensivos de bajo costo por las Universidades privadas.

Las universidades privadas y colegios se están actualizando en todas las áreas de comunicación que imparten a sus estudiantes.

El periodismo digital, amenaza fuertemente con la realización de tutoriales prácticos en línea hacia el conglomerado estudiantil.

El internet, brinda cada día más formas prácticas de cómo hacer grabaciones, de vídeo con pocos recursos las cuales no son profesionales.

La falta de interés del estudiante al encontrarse con la falta de equipo apropiado, para su práctica profesional.

El no tener un espacio físico apropiado, para desenvolverse profesionalmente.



**A partir del análisis FODA, realizado en el Estudio de Televisión se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas las cuales resolveremos más adelante:**

¿Cómo se puede explotar cada fortaleza?

¿Cómo se puede aprovechar cada oportunidad?

¿Cómo se puede detener cada debilidad?

¿Cómo se puede defender de cada amenaza?

### **IMPORTANTE**

De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las Potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para el estudio de televisión.

Las limitaciones, determinadas por una combinación de debilidades y amenazas, son **ADVERTENCIAS** que debes atender.

Los Riesgos (combinación de fortalezas y amenazas) y los Desafíos (combinación de debilidades y oportunidades), nos exigirán una cuidadosa planeación a la hora de marcar el rumbo que nuestro estudio de televisión, deberá asumir hacia un futuro deseable.

# Metodología

## Investigación descriptiva:

### 1. Investigación Descriptiva:

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

En la ciencia fáctica, la descripción consiste, según Bunge, en responder a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué es? > Correlato.
- ¿Cómo es? > Propiedades.
- ¿Dónde está? > Lugar.
- ¿De qué está hecho? > Composición.
- ¿Cómo están sus partes, si las tiene, interrelacionadas? > Configuración.
- ¿Cuánto? > Cantidad

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento, sobre el estudio de televisión y sus características.

## **Etapas de la investigación descriptiva:**

Examinamos las características del problema escogido, el cual es el estudio de televisión de la Escuela de Comunicación.

Los primeros datos encontrados, según nuestras hipótesis es el descuido del estudio de televisión por parte de sus autoridades inmediatas.

Por tal caso hemos realizado entrevistas, y hemos pasado encuestas a los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para interpretar sus opiniones sobre lo que piensan del estudio de T.V.

Ya establecidos los datos, recopilados realizamos el análisis pertinente y desglosamos los diferentes resultados obtenidos, para su interpretación científica.

Verificamos la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos. Realizando observaciones objetivas y exactas.

Describimos, el análisis e interpretación de los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

## **Recolección de datos de la investigación descriptiva:**

En el informe del diagnóstico que hemos realizado más adelante, se señalan los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos.

La población a veces llamada universo o agregado los cuales son los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación constituye siempre una totalidad.

Las unidades que la integran pueden ser individuos, hechos o elementos de otra índole.

Una vez que hemos identificad a la población con la que se trabajó, entonces hemos recogido los datos de la población total y de una muestra representativa de ella.

**Del método elegido:** dependió la naturaleza del problema y de la finalidad para la utilización de los datos.

**La población total** de estudiantes, muchas veces no es difícil obtener información acerca de todas las unidades que componen una población reducida, pero los resultados no pueden aplicarse a ningún otro grupo que no sea el estudiado.

**Muestra de la población:** Cuando se trata de una población excesivamente amplia se recoge la información a partir de unas pocas unidades cuidadosamente seleccionadas, ya que si se aborda cada grupo, los datos perderían vigencia antes de concluir el estudio.

Si los elementos de la muestra representan las características de la población, las generalizaciones basadas en los datos obtenidos pueden aplicarse a todo el grupo.

### **Expresión de datos de la investigación descriptiva:**

Los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos. Se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez.

**Cualitativos:** (mediante símbolos verbales): hemos utilizado este estudio cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos del estudio de televisión.

Nuestro estudio cualitativo nos ha proporcionado una gran cantidad de información valiosa, pero posee un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varía para las diferentes personas, épocas y contextos. Los estudios cualitativos contribuyen a identificar los factores importantes que deben ser medidos. (Visión científicista).

**Cuantitativos** (por medio de símbolos matemáticos): Los símbolos numéricos que se utilizan para la exposición de los datos provienen de un cálculo o medición, hemos medido las diferentes unidades, elementos o categorías identificables.

## **Evaluación del método descriptivo:**

El método descriptivo, ha sido muy útil para nuestro diagnóstico pues ha sido de gran ayuda para poder detectar a través de nuestras encuestas y entrevistas, en donde se encuentran nuestras variables y cómo interpretarlas de una manera más eficaz.

## **Instrumentos**

Observación participante, entrevistas y encuestas.

### **Observación**

Utilizando este método científico, primario hemos detectado los principios de nuestro diagnóstico los cuales tendrán una pronta solución, así como también, las fortalezas y otras variables que existen dentro del estudio de televisión dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **Participante**

Instrumento que utilizamos para, aprender más de cerca los problemas a los que nos estamos enfrentado y conocer profundamente los retos que vamos a resolver prontamente.

### **Entrevistas**

Con las entrevistas, hemos detectado las diferentes fortalezas y debilidades del estudio de televisión, así como la opinión interna y externa como las ideas positivas para el desarrollo de nuestro plan después del presente diagnóstico de comunicación.

## Encuestas

Las encuestas son parte fundamental de nuestro diagnóstico, pues con ellas obtenemos nuestras variables de cómo vamos a enfrentar la situación de la manera más óptima.

## Cronograma

<b>cronograma del Diagnostico</b>				
Estudio de T.V.	Diagnóstico	FODA	INSTRUMENTO	ESPACIO
<b>FASE UNO: DEFINICION DE LA SITUACION / PROBLEMA. "Formulación teórica"</b>				
<b>A. PLANEACIÓN</b>	Planear el tiempo los espacio y las fases de la investigación	<b>1. Planear</b>	Libros y bitácoras para la investigación	USAC/ECC, bibliotecas.
<b>B. FORMULACION Del Diagnostico INVESTIGACION</b>	Determinar el proceso o de investigación  Revisión teórica, tesis, investigación cualitativa	Libros del ámbito del EPS	Bibliotecas e Internet.	USAC Bibliotecas y en Consultorios.
<b>FASE DOS: TRABAJO DE CAMPO</b>				
<b>RECOLECCIÓN DE INFORMACION</b>	Recoger información por medio de las estrategias y las técnicas	Investigar y trabajo de campo	Historias de Vida, Observación Participativa  Diarios de campo, Entrevista estructurada, y Juego de Roles	Estudio T.V.
<b>ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACION</b>	Procesar, chequear, organizar y limpiar la información	Liderar el proceso de organizar la información	Qué análisis, Mapas Conceptuales y Matrices de Integración.	Estudio T.V.
<b>FASE TRES IDENTIFICACION DE PATRONES ESTRUCTURALES "Sistematización y elaboración del documento final"</b>				

<b>A. ANÁLISIS DE LA INFORMACION</b>	Analizar la información que se recogió. Construcción de matrices de integración.	Procesar, Interpretar, analizar y conceptualización de datos.	Observación Participativa, Historias de Vida, Diario de campo, Mapas Conceptuales Análisis, Entrevista estructurada	Usac
--------------------------------------	---	---	---	------

<b>B. INTERPRETACION Y DISCUSIÓN</b>	Interpretar y conceptualizar la información que se recogió de los procesos Construir conocimientos	Discutir, cotejar analizar, interpretar.	Mapas Conceptuales, Análisis y Matrices de Integración.	Usac
--------------------------------------	---	--	---	------

<b>C. CONCEPTUALIZAR INDUCTIVA</b>	Identificación de los sistemas sociales y cultura.	Conceptualización de los sistemas.	Matrices.	Usac
------------------------------------	--	------------------------------------	-----------	------

**PRESENTACION DEL DOCUMENTO FINAL**

<b>C. CONCLUSIÓN</b>	Reconocer el proceso y sus resultados	Análisis final del proceso	Documento final de la investigación	Usac
----------------------	---------------------------------------	----------------------------	-------------------------------------	------

<b>D. SUGERENCIAS</b>	Contribuir para las próximas investigaciones relacionadas con el tema	Contribuir y construir un nuevo estudio posible	Libros y documento final	Usac
-----------------------	---	---	--------------------------	------

<b>E. PRESENTACIÓN DEL DOCUMENTO</b>	Presentar el diagnóstico	Dar a conocer el diagnóstico	Documento final y presentación final.	Usac
--------------------------------------	--------------------------	------------------------------	---------------------------------------	------



## **Recopilación de datos**

Entre la recolección de datos en el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala podemos mencionar las siguientes, las cuales están detalladas paso a paso, en este texto del diagnóstico.

### **Pasos a seguir**

Paso 1. Decidir cuál será la unidad a la se aplicará el instrumento

Paso 2. Considerar las características importantes de la unidad de observación o sujeto con relación al instrumento

Paso 3. Determinar la información que se recogerá

Paso 4. Determinar la estructura del instrumento:

Paso 5. Áreas o secciones

Paso 6. Formato general

Paso 7. Diseñar el instrumento:

Paso 8. Elaboración de preguntas o ítem

Paso 9. Análisis de preguntas o ítem según alcance y estructura

Paso 10. Probar el instrumento

Paso 11. Revisar y reproducir el instrumento

## **Observación:**

Es el registro visual de lo que ocurre en el estudio de televisión, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con un esquema previsto y según el problema que se estudia en este diagnóstico.

Al igual con los otros métodos, previamente a la ejecución de la observación hemos definido los objetivos que persigue, determinamos su unidad de observación, las condiciones en que asumiremos la observación y las conductas que registraremos más adelante.

## **Entrevistas:**

Hemos elaborado una serie de entrevistas, como segundo paso de nuestro diagnóstico, entrevistando al docente encargado del estudio de televisión así como a las autoridades que están relacionadas con el mismo, para obtener nuestras primeras variantes.

## **Encuestas:**

La segunda fase de nuestro diagnóstico, y una de las más importantes para la interpretación de nuestro proyecto comunicacional, son los estudiantes quienes utilizan el estudio de televisión, encuestando a un total de 209 estudiantes entre las distintas jornadas y carreras entre las cuales están periodismo, publicidad, locución y licenciatura, las que nos brindaron los resultados de las opiniones de los usuarios del laboratorio quienes son los más importantes de nuestro diagnóstico.

## **Fichas de las entrevistas**

Entrevista sobre generalidades del estudio de televisión.

Fecha: 3 de febrero del 2014 a las 15:20.

Lugar: Oficina del director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac.

Nombre Entrevistado: Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilin.

Puesto: Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Durante la entrevista el Lic. Sebastián, mencionó que el estudio de televisión trae beneficios para el desarrollo del aprendizaje de los estudiantes de la Escuela de Comunicación: La entrevista se encuentra escrita en un borrador, hecho a mano y la entrevista fue autorizada por el Lic. Julio Sebastián. Ubicación: En PC Personal en la ruta C:/Mis Documentos/Entrevistas/Usac

Entrevista sobre generalidades del estudio de televisión.

Fecha: 4 de febrero del 2014 a las 16:30.

Lugar: Estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac.

Nombre Entrevistado: Lic. Gustavo Bracamonte Cerón.

Puesto: Encargado comisión de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Durante la entrevista el Lic. Bracamonte, mencionó que el estudio de televisión ha sido un éxito para la escuela y la Universidad, pero falta mucho para llenar los requisitos que debe tener un estudio de televisión profesional: La entrevista se encuentra escrita en un borrador, hecho a mano y la entrevista fue autorizada por el Lic. Gustavo Bracamonte. Ubicación: En PC Personal en la ruta C:/Mis Documentos/Entrevistas/Usac

## **Entrevista sobre generalidades del estudio de televisión:**

Fecha: 5 de febrero del 2014 a las 17:00.

Lugar: Estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac.

Nombre Entrevistado: Lic. Oscar Estives Mencos.

Puesto: Docente encargado del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Durante la entrevista el Lic. Estivens Mencos, mencionó que el estudio de televisión cuenta con lo básico para poder realizar las diferentes grabaciones que el estudiante necesita para su formación académica pero que aún hace falta equipo y más recursos para el desarrollo del mismo, así como la necesidad de contratar más personal para este laboratorio de prácticas televisivas: La entrevista se encuentra escrita en un borrador, hecho a mano y la entrevista fue autorizada por el Lic. Estivens Mencos. Ubicación: En PC Personal en la ruta C:/Mis Documentos/Entrevistas/Usac

## **Resultados de las entrevistas realizadas**

El resultado de las entrevistas realizadas, a los licenciados descritos anteriormente, fueron de gran ayuda para nuestro método de observación y más que todo para nuestra fase diagnóstica respecto a las herramientas utilizadas para este paso.

### **Perfil de los entrevistados**

El perfil de los entrevistados, llena las expectativas de nuestro método de investigación pues son las personas idóneas para realizar nuestras entrevistas siendo ellas quienes son también las encargadas de nuestro objeto a diagnosticar.

Siendo de vital importancia, sus opiniones para nosotros porque es de aquí donde tomamos el curso de partida para realizar la elaboración de las encuestas, en donde los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación darán su opinión sobre las discrepancias vertidas en el tema del estudio de televisión y las variables de los resultados de las mismas.

### **Resultados más relevantes.**

Lo más relevante de nuestras entrevistas, y de los puntos más importantes destacan que el estudio de televisión es importante para todos los involucrados, pero que nadie hace nada para su actualización y mantenimiento.

Pues todos dicen que hacen falta muchos elementos dentro del laboratorio, pero nunca se ha encontrado la fórmula más adecuada para sacar estas deficiencias existentes en la que se encuentra actualmente.

## Tablas comparativas y disensos entre los entrevistados.

En este punto de encuentro entre los entrevistados exponemos, los disensos y opiniones que cada uno expone, sobre el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Durante la entrevista el Lic. Sebastián, mencionó que el estudio de televisión trae beneficios para el desarrollo del aprendizaje de los estudiantes de la Escuela de Comunicación.

Durante la entrevista el Lic. Bracamonte, mencionó que el estudio de televisión ha sido un éxito para la escuela y la Universidad, pero falta mucho para llenar los requisitos que debe tener un estudio de televisión profesional.

Durante la entrevista el Lic. Estivens Mencos, mencionó que el estudio de televisión cuenta con lo básico para poder realizar las diferentes grabaciones que el estudiante necesita para su formación académica pero que aún hace falta equipo y más recursos para el desarrollo del mismo, así como la necesidad de contratar más personal para este laboratorio de prácticas televisivas.

### Resumen comparativo de las entrevistas:

Basados en los análisis de las repuestas de las entrevistas, obtuvimos los siguientes resultados.

1. Todos opinan que el estudio de televisión, es importante para el aprendizaje de los estudiantes de comunicación en su práctica profesional.
2. Pero que hace falta, equipo, personal, y un presupuesto directo para el estudio.

## Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.

Muestra de la encuesta a los estudiantes de la escuela de Ciencias de la Comunicación:

**Encuesta: Estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.**

1. ¿Ha utilizado usted el estudio de televisión?  Sí  NO

2. ¿Cuántas veces lo ha utilizado? \_\_\_\_\_

3. ¿Se le ha atendido cuando lo ha solicitado?  Sí  NO

4. ¿Cuántas horas lo ha utilizado?  1  2  3  Más

5. ¿Qué tipo de trabajo ha realizado?  Spot  Entrevista  Noticiero  Otros

6. ¿El estudio es adecuado para lo que usted ha realizado?  Sí  NO

7. ¿Qué considerara usted que hace falta en el estudio de T.V?  Cámaras  Micrófonos  
 Escenografías  luces  butacas  personal  equipo

8. ¿Considera que la práctica en el estudio de T.V. es importante?  Sí  NO

9. ¿Debería haber más tiempo de práctica en el estudio de T.V?  1 hora  2 horas  
 3 horas  4 horas

10. ¿A qué carrera pertenece usted?  Periodismo  Locución  Publicidad  Licenciatura

## **Datos generales de la encuesta:**

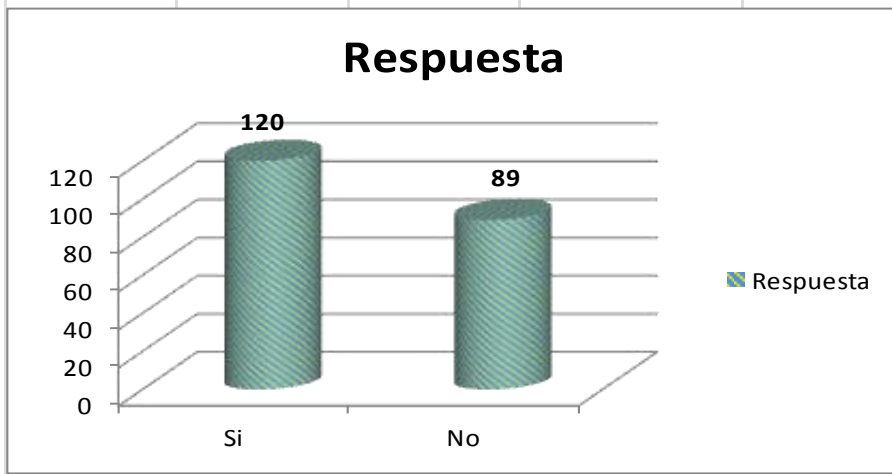
Se ha encuestado, a 209 estudiantes de la Escuela de ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, entre las carreras de periodismo, publicidad, locución y licenciatura en los siguientes semestres detallados a continuación.

1. Semestre: **séptimo de Licenciatura** Jornada: vespertina, **encuestados: 16**
2. Semestre: **tercero de periodismo** Jornada: Nocturna, **encuestados: 22**
3. Semestre: **Quinto de Periodismo** Jornada: **Nocturna, encuestados: 34**
4. Semestre: **Séptimo de Licenciatura** Jornada: Nocturna, **encuestados: 47**
5. Semestre: **Quinto de periodismo** Jornada: Sabatina, **encuestados: 25**
6. Semestre: **Séptimo de Licenciatura** Jornada: Sabatina, **encuestados: 45**
7. Semestre: **Tercero de Locución** Jornada: Sabatina, **encuestados: 20**

**Total de estudiantes encuestados: 209**



<b>Pregunta 1</b>				
<b>Ha utilizado usted el estudio de televisión?</b>				
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>		
<b>Si</b>	120	57,4%		
<b>No</b>	89	42,6%		
<b>Total</b>	209	100,0%		



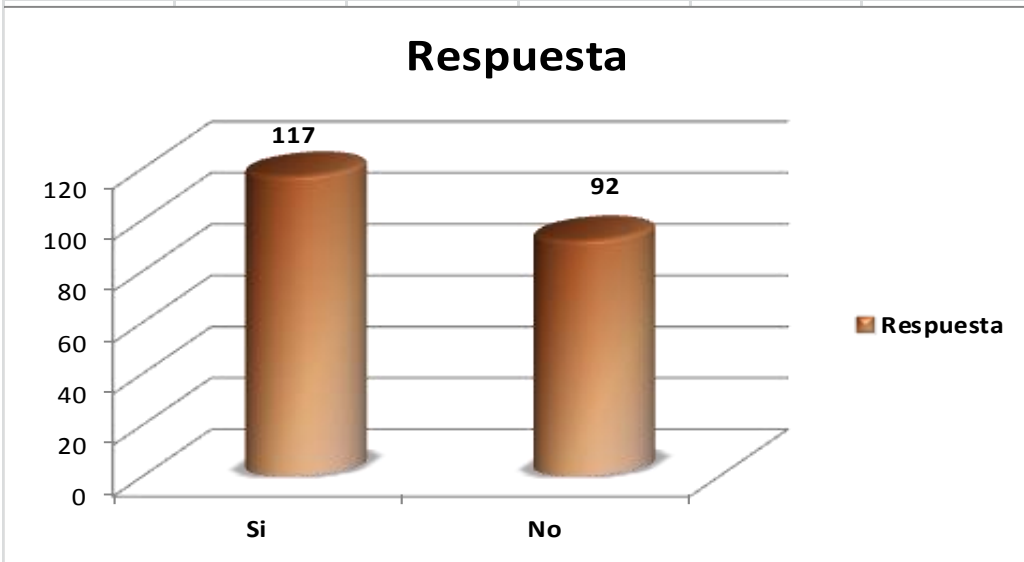
**Fuente: Brayan Mencos.**

<b>Pregunta 2</b>		
<b>Cuántas veces lo ha utilizado?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>Sí lo ha utilizado</b>	<b>113</b>	<b>54,1%</b>
<b>No lo ha utilizado</b>	<b>96</b>	<b>45,9%</b>
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,0%</b>



**Fuente: Brayan Mencos.**

<b>pregunta 3</b>		
<b>Se le ha atendido cuando lo ha solicitado?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>Si</b>	<b>117</b>	<b>56,0%</b>
<b>No</b>	<b>92</b>	<b>44,0%</b>
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,0%</b>



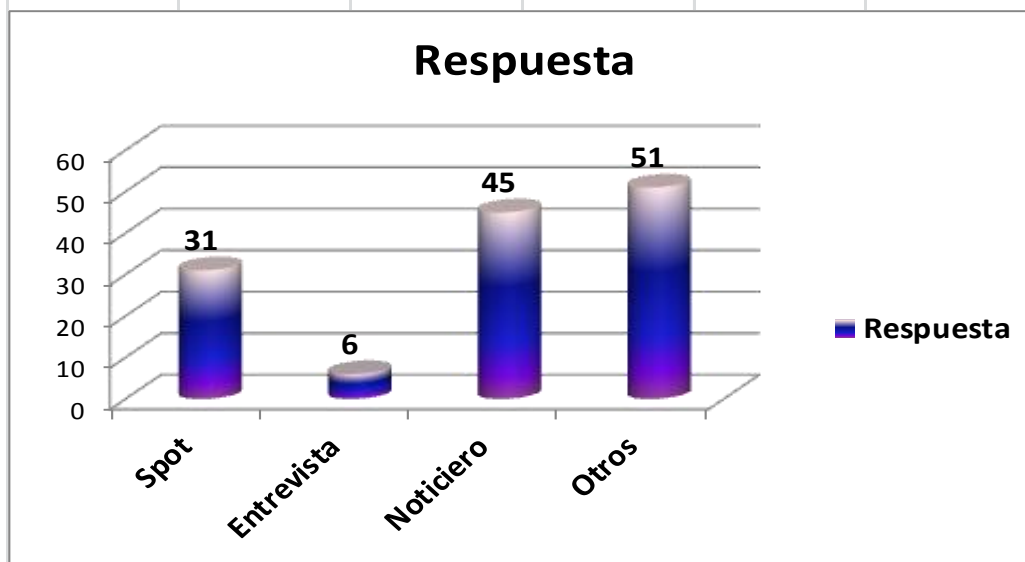
Fuente: Brayan Mencos.

<b>Pregunta 4</b>		
<b>Cuántas horas lo ha utilizado?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>
1 hora	15	25,9%
2 horas	30	51,7%
3 horas	9	15,5%
Más horas	4	6,9%
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100,0%</b>



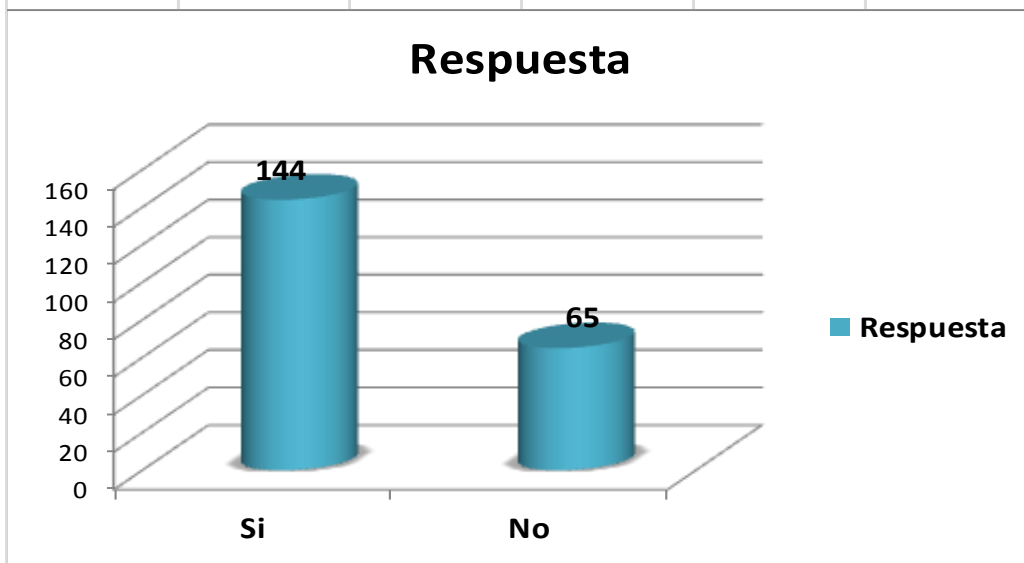
**Fuente: Brayan Mencos.**

<b>Pregunta 5</b>		
<b>Qué tipo de trabajo ha realizado?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>
Spot	31	23,3%
Entrevista	6	4,5%
Noticiero	45	33,8%
Otros	51	38,3%
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100,0%</b>



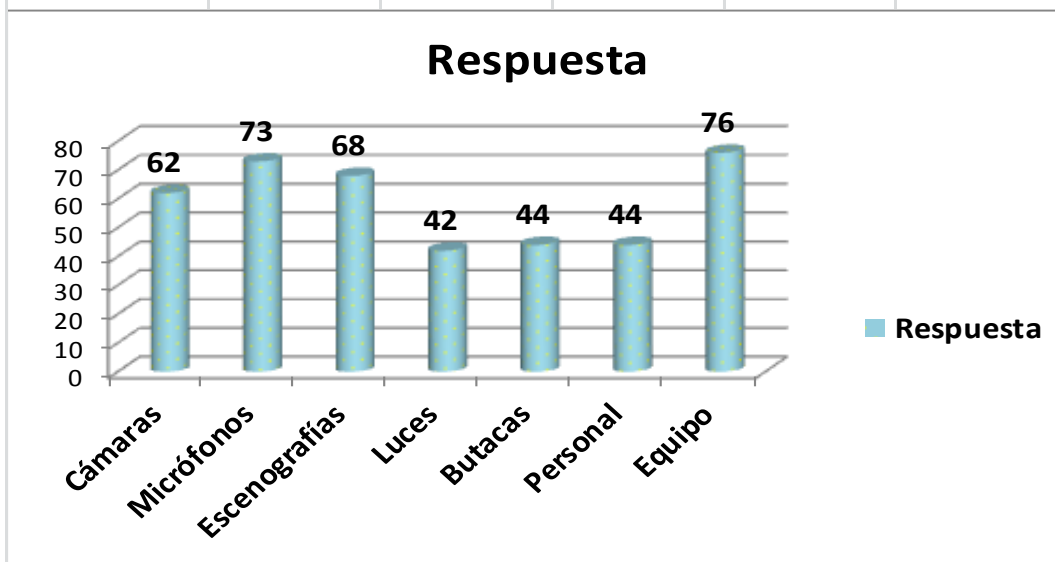
Fuente: Brayan Mencos.

<b>Pregunta 6</b>					
<b>El estudio es adecuado para lo que usted ha realizado?</b>					
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>			
<b>Si</b>	<b>144</b>	<b>68,9%</b>			
<b>No</b>	<b>65</b>	<b>31,1%</b>			
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,0%</b>			



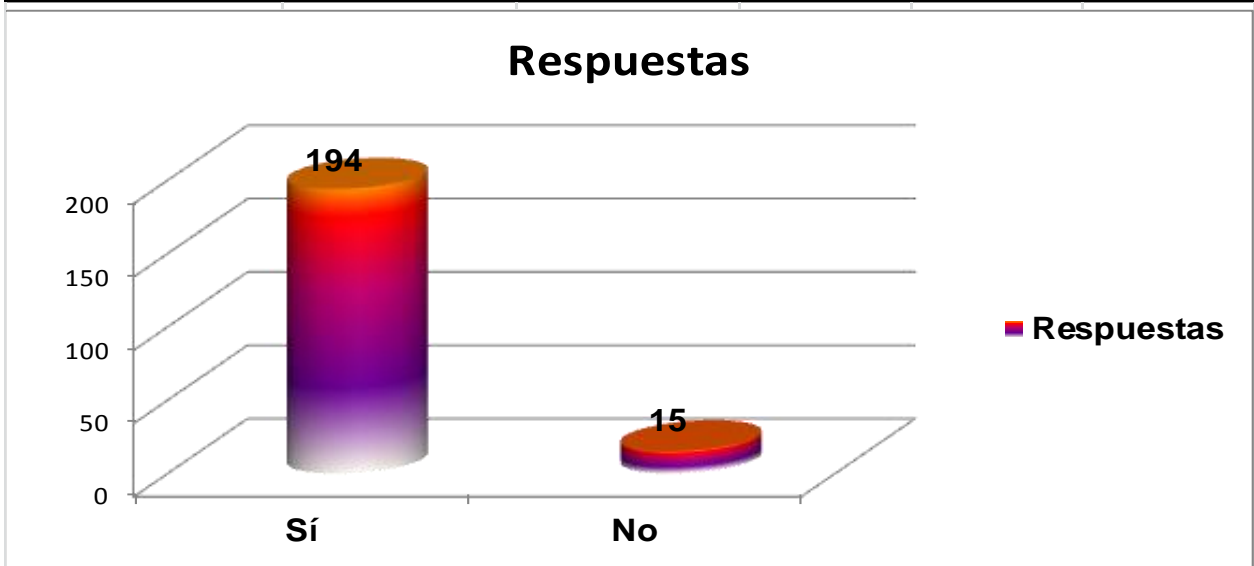
**Fuente: Brayan Mencos.**

Pregunta 7		
Qué considerara usted que hace falta en el estudio de T.V?		
Opciones	Respuesta	Porcentajes
Cámaras	62	15,2%
Micrófonos	73	17,8%
Escenografías	68	16,6%
Luces	42	10,3%
Butacas	44	10,8%
Personal	44	10,8%
Equipo	76	18,6%
<b>Total</b>	<b>409</b>	<b>100,0%</b>



Fuente: Brayan Mencos.

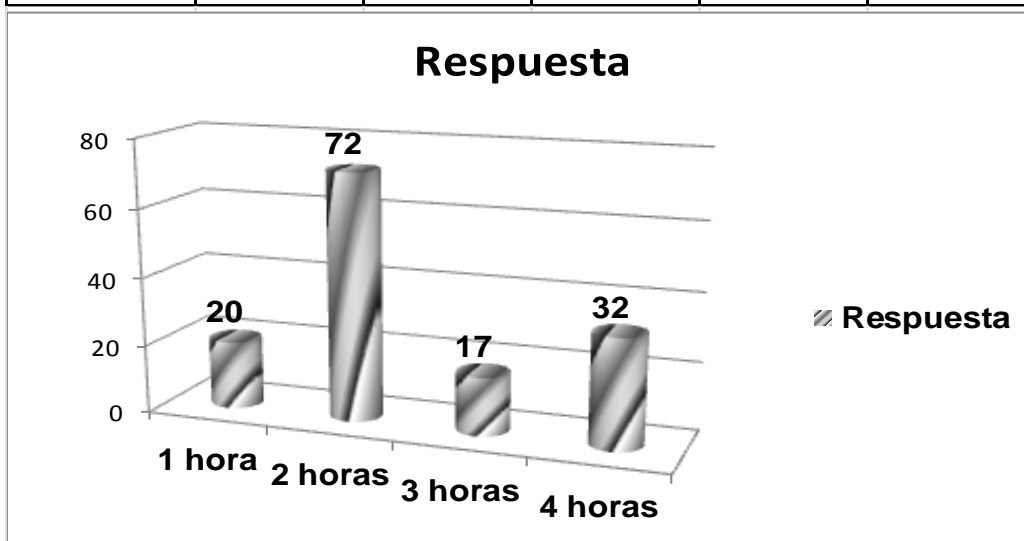
<b>Pregunta 8</b>					
<b>Considera que la práctica en el estudio de T.V. es importante?</b>					
<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentajes</b>			
<b>Sí</b>	<b>194</b>	<b>92,8%</b>			
<b>No</b>	<b>15</b>	<b>7,2%</b>			
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,0%</b>			



Fuente: Brayan Mencos.

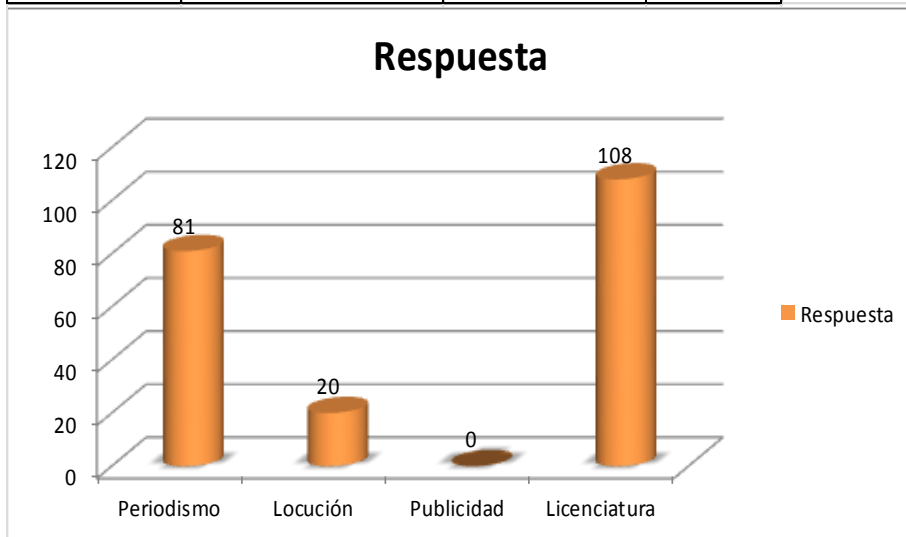


<b>Pregunta 9</b>					
<b>Debería haber más tiempo de práctica en el estudio de T.V?</b>					
<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentajes</b>			
<b>1 hora</b>	<b>20</b>	<b>14,2%</b>			
<b>2 horas</b>	<b>72</b>	<b>51,1%</b>			
<b>3 horas</b>	<b>17</b>	<b>12,1%</b>			
<b>4 horas</b>	<b>32</b>	<b>22,7%</b>			
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100,0%</b>			



**Fuente: Brayan Mencos.**

Pregunta 10		
A qué carrera pertenece usted?		
Opciones	Respuesta	Porcentajes
Periodismo	81	38,8%
Locución	20	9,6%
Publicidad	0	0,0%
Licenciatura	108	51,7%
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100,0%</b>



**Fuente: Brayan Mencos.**

## **Radiografía del Estudio de Televisión.**

Partiendo de la definición más básica definimos **Estudio para Televisión** como el espacio físico disponible y acondicionado técnicamente para realizar la captación de imágenes que son procesadas para la producción de programas.

**Estudio para programas Informativos:** Se define como el espacio físico disponible para realizar la captación de imágenes y sonido de los distintos sets informativos y sus locutores.

El espacio interior suele ser menor que el disponible para los Estudios para dramáticos e indudablemente distinto al de Variedades.

Los programas informativos se apoyan en imágenes en vivo, imágenes de archivo o exteriores que son la que dicta el dinamismo del programa.

Muchas veces el tipo de noticias cambia las necesidades del Estudio. Generalmente son programas transmitidos simultáneamente tanto del Estudio como de unidades móviles ubicadas en los lugares donde se lleva a cabo el desarrollo del acontecimiento.

**Spot de televisión:** Es un soporte audiovisual de corta duración que se utiliza en publicidad para transmitir mensajes a través de la televisión.

La duración del spot de televisión se encuentra usualmente entre los 10 y los 60 segundos.

Los spot de televisión van integrados en bloques y la posición dentro del mismo es muy importante para aumentar la efectividad del mismo.

El precio de los spot de televisión puede variar según la audiencia de la cadena en la franja horaria y por la situación del spot dentro del bloque.

El spot de televisión es un formato que funciona bien para la respuesta directa siempre que el spot cumpla con los requisitos fundamentales para generar respuesta, problema-solución-acción.

## NOTICIERO

Es un eje de programación de las cadenas, basado en la actualidad informativa por el cual transmites información relevante a un auditorio, debes de seleccionar información fresca e interesante a fin de captar el interés del televidente, dependiendo el espacio que se te haya asignado.

Lo puedes ir rellorando con notas culturales (compuesta de hechos raros los cuales nunca pasan de moda), información sobre el medio artístico (100% morbo), cuidando de no herir la susceptibilidad de tu público, información deportiva, el clima, política, y si te queda tiempo incluye una sección donde el televidente opina, (de preferencia casi al final, ya que estos absorben todo el tiempo que queda disponible, no hay que olvidar el espacio que debes ceder a los patrocinadores.

### El Control de Realización

Si el estudio es el cuerpo de la televisión el control de realización del estudio es su corazón; el control es el espacio desde el que el realizador y el personal técnico especializado controla el proceso de producción.

En el control podemos distinguir cuatro áreas claramente delimitadas por sus funciones:

**Área de producción**, el lugar desde el que se dirige el programa y que acoge al realizador, al ayudante de realización y al mezclador de vídeo.

**Área de control de video**, desde donde se dirige la iluminación y se cuida la calidad técnica de la señal de vídeo.

**Área de control de audio**, espacio para asegurar un perfecto registro de sonido.

**Área VTR**, zona de magnetoscopios y reproductores para intercalar imágenes pregrabadas (por ejemplo, en un informativo, los reportajes grabados en exteriores).

## Control de Continuidad

Existe en el estudio otra dependencia que garantiza el buen funcionamiento del mismo como el control de continuidad que es el centro de selección de las diversas fuentes de imágenes que constituyen la programación: publicidad, 'mosca' identificativa del estudio, advertencias, etc. Desde aquí se incorpora la voz en off cuando falla el sonido en una retrasmisión.

Así como las áreas auxiliares que cumplen funciones de apoyo a los controles principales.

**En concreto:** área de grafismo, estrechamente vinculada a la de producción y realización, área de reparación, laboratorio de soporte para pequeñas averías; área de almacenamiento de equipos, donde se conservan los equipos de reserva de todo tipo, cámaras, filtros, ópticas, micrófonos y los equipos portátiles; área de almacenamiento de la decoración, donde se guarda el atrezzo, los forillos y los fondos; área de montaje, salas de edición de programas o de noticias; y área de archivo, donde se conservan todos los programas emitidos bajo especiales condiciones temperatura y de humedad.

### Estructura interna del estudio de televisión

Hoy en día un programa de T.V. puede producirse en cualquier sitio, desde un estudio hasta la calle, aunque el 90% de las producciones se hacen en el estudio de T.V. de la Escuela de Comunicación

Varían en tamaño y complejidad en función a lo que están desempeñando: desde macro estudios a estudios independientes.

El estudio de televisión tiene 2 partes bien diferenciadas:

Donde se asienta la producción que se conoce como "plató" o Pista.

Así como la sala donde se controla la producción que se conoce como "sala de control de realización", que es el centro operacional de la producción.

## **Elementos con que cuenta el Estudio de Televisión**

1. Cámaras
2. Videotapes
3. Tele-pronter manual
4. Ordenador de efectos especiales, Switcher
5. Rotulación o subtítulo
6. Fuentes de corriente externas, baterías para las cámaras
7. Micrófonos
8. Monitor de referencia
9. Monitor de programa
10. Butacas
11. Sala de edición
12. Camerinos
13. Bodega para utilería
14. Luces
15. Ciclorama
16. Pantalla verde, para Croma Key
17. Backing
18. Trípodes
19. Cds y DVDs
20. VTR
21. Reproductor de DVD
22. Consola de audio
23. Monitores de referencia en audio
24. Sala de juntas
25. Aire acondicionado
26. Otros

## **Descripción de la comunicación interna**

Hacia el interior del estudio de televisión (**COMUNICACIÓN INTERNA**)

El director o gestor es también personal del estudio de televisión, pero con unas condiciones; como es el que toma las decisiones, tiene que tener relación no sólo con el Consejo de Administración sino también con el personal y el resto de departamentos del estudio (lo cual no siempre se produce). El Consejo de Administración está constituido por los representantes de la Escuela como por ejemplo el contador (así con el departamento de extensión) y son los que nombran los requerimientos del laboratorio para que gestionen las necesidades a cubrir.

Al Consejo directivo le pedirá cuentas la Junta general de la Escuela.

Esta comunicación es bidireccional o retroactiva.

Este tipo de comunicación es difícil de establecer y cada vez se hace una comunicación más lineal, rompiendo barreras entre cargos que antes se mantenían.

Hablar con los representantes estudiantiles, también es indispensable porque es otra forma de conocer la situación en el seno del estudio de televisión.

También hay que tener una línea de comunicación permanente entre todas las autoridades que tienen que ver con el desarrollo del estudio de T.V. por ejemplo el rector de la Universidad.

## Infraestructura del Estudio de Televisión

### Infraestructura:

El estudio de televisión cuenta con el área para tres set, 2 laterales y un central, 2 camerinos y área para utilería, una isla para producción. También cuenta con aire acondicionado, así como el equipo básico para grabar programas lineales y no lineales y cuenta con los siguientes elementos:

1. Cámaras
2. Videotapes
3. Tele-pronter manual
4. Ordenador de efectos especiales, Switcher
5. Rotulación o subtulado
6. Fuentes de corriente externas, baterías para las cámaras
7. Micrófonos y pedestales
8. Monitor de referencia
9. Monitor de programa
10. Butacas, cables y bocinas de audio interno y externo
11. Sala de edición, muebles para computadoras
12. Camerinos pequeños
13. Bodega para utilería
14. Luces aéreas profesionales
15. Ciclorama en pantalla azul para diferentes tomas
16. Pantalla verde, para Chroma Key
17. Backing
18. Trípode y Dolly
19. Cds y DVDs
20. VTR
21. Reproductor de DVD
22. Consola de audio
23. Monitores de referencia en audio
24. Sala de juntas
25. Oficina de atención al estudiante
26. Micrófonos bum
27. Conectores y adaptadores
28. Monitores de rack
29. Microfonía inalámbrica y de solapa



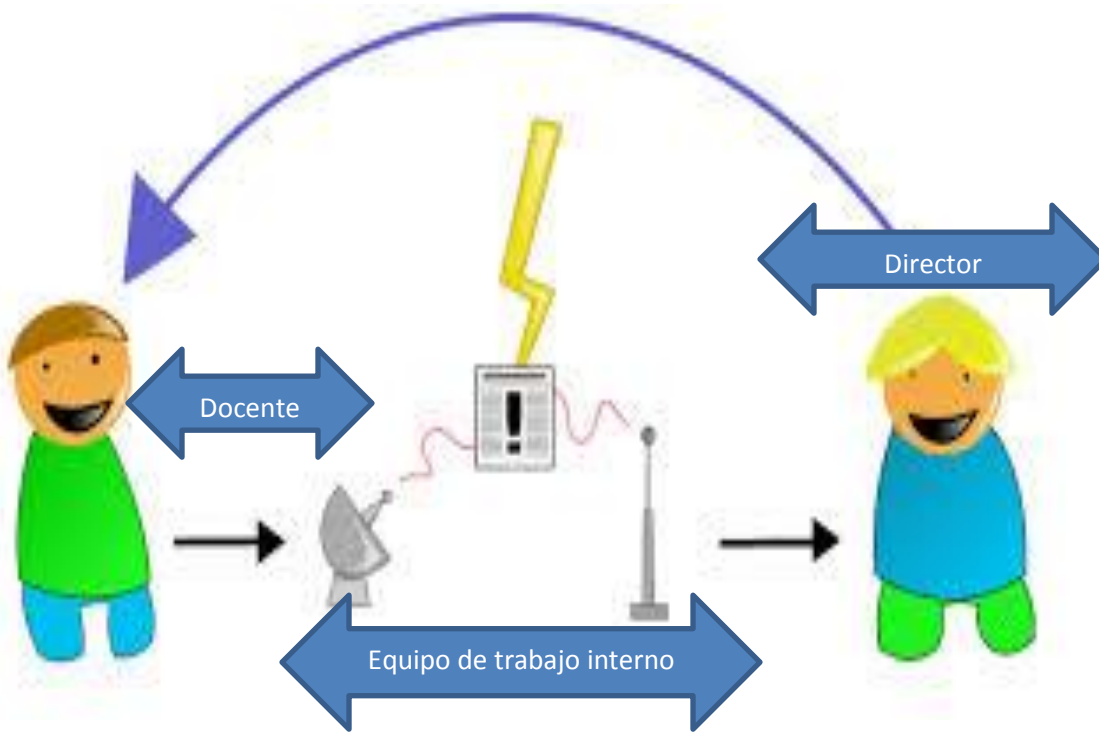
## Canales de comunicación interna de Estudio de Televisión

La comunicación interna del estudio de televisión, busca hacer del conocimiento de los empleados, colaboradores y estudiantes lo que piensa el docente encargado, que la dirección también conozca el pensamiento de los empleados, y que los empleados se conozcan entre sí.

En el estudio es bueno hacer llegar información a los trabajadores para que se sientan integrados y motivados en los distintos proyectos.

La responsabilidad de iniciar y mantener una buena comunicación recae en los directivos.

**“La mayoría de los conflictos que surgen en la Universidad se deben a la falta de comunicación existente entre los diferentes niveles jerárquicos”**



## Rumores

Entre los rumores más escuchados, es la falta de colaboración de las autoridades de turno, al tener descuidado el estudio de televisión porque desde su inauguración sigue igual en su infraestructura, y con el mismo equipo que se adquirió hace varios años atrás.

1. Poco tiempo en la práctica
2. Falta de equipo digital
3. El carecer de una computadora para la isla de edición
4. Faltan luces
5. No hay sets
6. Solamente existen dos cámaras de video
7. No todos hacen prácticas en el estudio de televisión
8. La falta de monitores dentro del mismo
9. No hay suficientes butacas
10. No existe un tele-pronter.

## **Descripción de comunicación externa del Estudio de Televisión**

La comunicación externa de estudio de televisión, está basada en la comunicación que los estudiantes manejan fuera de ella, cuenta con buena reputación de personas ajenas a la Universidad por ejemplo los padres de familia de los estudiantes y también estudiantes de otras facultades.

Cuenta con varios spot, documentales, anuncios, diplomados y cortometrajes, los cuales han sido subidos al internet por medio de la red YouTube, superando varios de ellos las 21000 vistas como por ejemplo secuestro exprés Usac.

Tomando en cuenta, las redes sociales y su gran expansión a nivel mundial, se está creando actualmente una página web sobre el estudio de televisión para que todos los estudiantes y usuarios puedan interactuar con sus administradores y aprender más sobre los servicios que ofrece el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Aparte de los ítems, mencionados anteriormente el estudio de televisión no cuenta con otra forma de comunicación externa puesto que es un laboratorio interno de la Universidad dedicado al estudiante para sus prácticas televisivas en sus diferentes áreas.

## **Plan Operativo Anual del Estudio de Televisión**

En el caso del estudio de televisión no cuenta, con un plan Operativo Anual, porque no es así como están distribuidos los ingresos que son destinados para el estudio.

Es por medio, del departamento de extensión, quien es advertido por el contador de la escuela quien por órdenes del director suministra las emergencias que surjan en el estudio.

Del presupuesto que rectoría dedica a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, se dedica una pequeña parte para el estudio, es decir el Estudio de Televisión no cuenta con un presupuesto directo.

## **Campañas realizadas del estudio de T.V.**

El estudio de televisión, ha trabajado conjuntamente con Crea Films comunicación de donde se han obtenido fondos para mantener el estudio y su funcionamiento y también a través de pequeñas donaciones por parte de los estudiantes.

Otra de las campañas que realiza el estudio, es cada año que se dedica a brindar diplomados y especializaciones en televisión, los cuales van dirigidos a estudiantes de las diferentes Universidades del país.

## **El plan estratégico que se está utilizando**

El estudio de televisión, actualmente se encuentra en una fase de actualización en su infraestructura, debido a las entradas externas de fondos monetarios por medio de los diplomados ofrecidos y ejecutados, se está construyendo el área de sets para sus diferentes ambientes de grabación.

Por otro lado, también se está modernizando el espacio físico de los camerinos y la adquisición de una computadora para que se pueda hilvanar con la isla de edición.

Al conectar la computadora a la isla de edición, se obtendría una entrada digital convirtiendo el equipo de totalmente análogo a digital con opción análoga.

También se está trabajando el área del ciclorama, ganando más espacio físico y obteniendo una mejor estética para los sets y poder obtener mejor resolución de vídeo para el azul del ciclorama.

Por último la reparación del monitor de referencia de audio para el público, debido a que hace año y medio que este no funciona.

## **El plan estratégico que se va a ejecutar**

Mejorar las relaciones con TV azteca, quien podría hacer una considerable donación de equipo moderno para el estudio de la escuela, y que también ofrece la oportunidad de que los estudiantes de Comunicación puedan hacer sus prácticas allí, con oportunidad de trabajo fijo.

Entablar relaciones con el Instituto de Seguridad Social IGSS, quienes están dispuestos a donar Computadoras usadas pero modernas, las cuales pueden ser utilizadas por los estudiantes para aprender a editar sus trabajos realizados en el estudio de televisión.

La creación del logotipo interactivo del estudio para que el estudiante se identifique con él.

La creación de una página web exclusivamente del estudio para interactuar con los estudiantes y sus diferentes usuarios.

## **Presupuesto para el presente año**

Como se ha mencionado anteriormente, el presupuesto para este año en curso, no depende directamente del estudio si no que depende del presupuesto que rectoría asigna a la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Por otro lado en forma de explicación para disipar dudas en el presente diagnóstico, parte de este presupuesto es para pagar los servicios profesionales del docente encargado del estudio, quien imparte clases en el mismo.



## Anexos

Presentamos las fotografías detalladas, de cómo encontramos el Estudio de televisión durante el diagnóstico que estamos realizando, para posteriormente publicar de como resolvimos los problemas internos de infraestructura de este laboratorio llamado Estudio de Televisión Dr. Carlos Interiano.



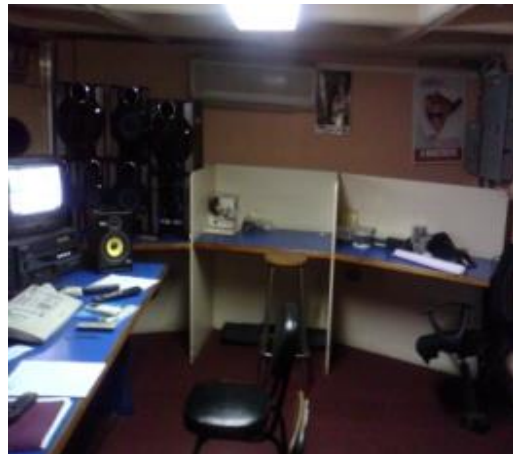
**Cabina de audio vídeo y programación**



**Cabina de audio vídeo y programación**



**Plató o Pista de Grabación**



**Área de edición lineal**



**Plató o pista de grabación y ciclorama**

**Fuente: Brayán Mencos 5/5/21014**

## Transcripción de las entrevistas

1. ¿Piensa usted que el estudio de televisión es útil?

**Respuesta:** Julio Moreno, si es un éxito y era necesario para el desarrollo profesional de la escuela y sus estudiantes.

2. ¿Existe un presupuesto directo para el estudio de televisión?

**Respuesta:** Julio Moreno, lamentablemente no pero hay un fondo destinado para cubrir los requerimientos que necesite el estudio, previo a su análisis.

3. ¿Qué cree usted que hace falta en el Estudio de T.V.?

**Respuesta:** Julio Moreno, hacen falta muchas cosas, por ejemplo cámaras, pantallas planas, los sets y más equipo en general.

4. ¿Cómo cree usted que se puede corregir esa falta de presupuesto?

**Respuesta:** Julio Moreno, logrando que el estudio sea autofinanciable.

5. ¿Qué espera usted del estudio de televisión?

**Respuesta:** Julio Moreno, que en un corto futuro, podamos contar un equipo completo y por hacer transmisiones en televisión abierta.

Las mismas preguntas se hicieron al Licenciado Gustavo Bracamonte y a Estivens Mencos. No generando disensos en sus respuestas nos limitamos a exhibir una sola ficha de entrevistas.

## Conclusiones

Los resultados de este estudio permiten inferir lecciones aprendidas tanto para la planeación, el diagnóstico estratégico, así como para los planificadores, las cuales se han descrito a través de las respuestas a las preguntas de investigación y mediante la **construcción** de un modelo teórico de diagnóstico estratégico para el estudio de televisión, con un enfoque de planeación estratégica para la educación superior, que se sintetiza en la Figura N°01.

En síntesis, es necesario tomar en cuenta que el estudio de televisión es elemental para la práctica profesional de los estudiantes de la escuela de comunicación y por ende concluimos, que el laboratorio de prácticas televisivas se puede actualizar y renovar de una manera que sea autofinanciable aprovechando la afluencia de estudiantes que lo visitan y hacen uso de él.

Los estudiantes se muestran satisfechos de hacer sus prácticas en el estudio de televisión, y es necesario realizar los cambios necesarios en su infraestructura para el mejoramiento y aprovechamiento del mismo ya que son muy pocas universidades que cuentan con este tipo de laboratorios de estudios en televisión, utilizando los métodos sugeridos en este diagnóstico podrán encontrar la solución de los problemas que se presentan en el estudio de televisión.

Aprovechando, la buena voluntad de las autoridades actuales se puede llegar a un consenso para su mejoramiento en todos los aspectos ya mencionados anteriormente.

## Bibliografía

Diagnóstico de comunicaciones, fondo de empleados grupo éxito presente

Melissa Bernal Tamayo

Diagnóstico Puebla

[www.matrizfoda.com](http://www.matrizfoda.com)

[es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_DAFO](http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_DAFO)

[www.slideshare.net/remyor09/cmo-construir-una-matriz-dofa](http://www.slideshare.net/remyor09/cmo-construir-una-matriz-dofa)

[www.uca.edu.sv/.../010db6\\_tesisdiagnosticodelacomunicacionestrategica...](http://www.uca.edu.sv/.../010db6_tesisdiagnosticodelacomunicacionestrategica...)

[www.eumed.net/libros-gratis/.../Diagnostico%20de%20Comunicacion.ht...](http://www.eumed.net/libros-gratis/.../Diagnostico%20de%20Comunicacion.ht...)

[biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos\\_tecnicas\\_investigacion.php](http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos_tecnicas_investigacion.php)

[www.dgbiblio.unam.mx/](http://www.dgbiblio.unam.mx/)

[www.bibliotecasvirtuales.com/](http://www.bibliotecasvirtuales.com/)

[galeon.com/rcruz0423/docs/encuesta.pd](http://galeon.com/rcruz0423/docs/encuesta.pd)

[scientific-european-federation-osteopaths.org/es/elemento-investigacion](http://scientific-european-federation-osteopaths.org/es/elemento-investigacion)

# **Capítulo II**

## **Plan de Comunicación**

# **Plan de comunicación para el Estudio de Televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**

## **Capítulo No. 2**

### **Antecedentes del Estudio de Televisión:**

La idea y el proyecto del estudio de televisión para la Escuela de Ciencias de la Comunicación comenzaron a formarse desde hace aproximadamente 13 o 15 años, inicia bajo la administración del Dr. Carlos Interiano, director de la escuela en ese tiempo.

En el año 2000 es aprobado el proyecto por rectoría y es autorizada una suma de 0.5 millón de quetzales aproximado para la ejecución, para este entonces el director de la Escuela el Lic. Wagner Díaz, en este tiempo se compró parte del equipo, pero no se tenía completada la infraestructura para el estudio, por lo que el proyecto se quedó estancado, quedándose guardado todo el equipo que ya había sido adquirido.

En los primeros 2 años de administración del Lic. Bracamonte, se retoma el proyecto, y se empieza a trabajar en la ejecución. Se busca el lugar adecuado y se empiezan los trabajos de infraestructura el estudio está ubicado en el 2do nivel del edificio de Bienestar Estudiantil, antiguamente era el salón 210 que era el más grande y estaba destinado para los alumnos de publicidad, el cual se unió con el salón que antiguamente era el salón de redacción.

El 28 de enero del 2008, se abre el estudio, bajo la coordinación del Lic. Estivens Mencos, pero realmente es inaugurado hasta el día 23 de noviembre de 2009.

En la actualidad se está trabajando en el estudio de televisión aunque todavía falta comprar mucho equipo, se estima que todavía falta una inversión de Q.300.00.00

aproximadamente. Tiene capacidad para 80 personas, aunque actualmente solo se cuenta con 40 butacas, que sirven para recibir a estudiantes y público visitante.

Aparte del dinero designado por rectoría, el director ha asignado fondos propios de la escuela para el mejoramiento del estudio, y se han recibido a través de negociaciones del director como donaciones, de distintas empresas como: Acude, Crea Films comunicación así como alumnos que también han hecho donaciones pequeñas.

Cuenta con el área para tres set, 2 laterales y un central, 2 camerinos y área para utilería, una isla para producción. También cuenta con aire acondicionado.

Su función principal es que los estudiantes conozcan todo el proceso de producción y tengan la experiencia real de un trabajo en estudio. El estudio es parte de extensión y está disponible para todos los alumnos de la escuela, aunque en la actualidad los alumnos de sexto semestre de periodismo son los que más lo utilizan, en clase de televisión multimedia que también es impartida por el Lic. Estivens Mencos.

Los estudiantes de publicidad o de otras carreras que necesitan grabar spot televisivos, pueden hacerlo, pero como no se cuenta con muchos recursos, hay gastos que ellos deben cubrir, como el gasto de baterías para los micrófonos inalámbricos, etc.

El estudio tiene varios proyectos que están por realizarse, como la producción de programas que se transmiten en Tv Usac, así como talleres. El horario en el que está abierto es de lunes a viernes de 4:00 a 8:00 pm y sábados de 10:00 a 6:00 p.m. aunque si se requiere utilizar en otro horario, es posible con previa solicitud.

**Estudio de mercadeo o radiografía del Estudio de Televisión:**



**Radiografía gráfica.**



## Objetivos del plan de comunicación:

### General:

- ✓ Aumentar la afluencia de estudiantes al estudio de televisión en sus diferentes carreras.
- ✓ Institucionalizar la fanpage de facebook, para que todos sepan para qué sirve y como se utiliza el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### Específico:

- ✓ Rediseñar la infraestructura interna del laboratorio de televisión.
- ✓ Actualización del sistema análogo a digital.
- ✓ Dar a conocer a todos los estudiantes y docentes, que todos debemos aprender hacer televisión y para eso abre sus puertas el estudio.
- ✓ Organizar a los semestres, para ofrecerles charlas de cómo se usa y para qué sirve este laboratorio.

## Público Objetivo:

Por público objetivo o público target entendemos al conjunto de características que definen a un determinado tipo de público al que consideraremos como nuestro objetivo, es decir a quien nos estamos dirigiendo o deseamos dirigirnos, en este caso los estudiantes de la Escuela de Comunicación, en sus diferentes jornadas y carreras.

Alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, datos oficiales de registro y estadística indican que son 4182 alumnos inscritos en esta escuela para el año 2014, siendo 2263 mujeres que abarca el 54% de la población estudiantil y 1919 hombres que abarca el 46% de la población mencionada, dentro de ellos sin tomar en cuenta catedráticos y autoridades internas.

Estudiantes Mujeres: **2,263**

Estudiantes hombres: **1,919**

**Total de estudiantes: 4,182**

CARRERA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	<b>4182</b>	<b>1919</b>	<b>2263</b>
<b><u>Plan Diario</u></b>	<b>2558</b>	<b>1265</b>	<b>1293</b>
Locución Profesional	241	124	117
Periodismo Profesional	355	174	181
Publicidad Profesional	1158	600	558
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	804	367	437
<b><u>Plan Sabatino</u></b>	<b>1624</b>	<b>654</b>	<b>970</b>
Locución Profesional	191	90	101
Periodismo Profesional	306	126	180
Publicidad Profesional	491	210	281
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	636	228	408

**Fuente: Lic. Aldo Santa Cruz departamento de Registro y Estadística.**

### Jornadas a trabajar nuestro plan:

- ✓ Jornadas a trabajar: **Tercero y séptimo** semestre de **publicidad jornada Tarde**
- ✓ Jornadas a trabajar: **tercero y quinto** semestre de **periodismo jornada nocturna**
- ✓ Jornadas a trabajar: **tercero, quinto y séptimo** semestre **locución, publicidad y periodismo jornada P.A.D.** licenciatura decimo semestre sábado.

Nuestro público objetivo, quedará satisfecho en la medida de lo posible después de haber hecho uso de las instalaciones y equipo para sus diferentes necesidades de capacitación y de su formación académica, los estudiantes notarán inmediatamente la diferencia entre el antes y el ahora tomando en cuenta que los cambios serán de fondo y de forma para el mejor desempeño en sus diferentes usos dentro de las instalaciones.

Las tres diferentes carreras técnicas, y las licenciaturas podrán hacer uso más frecuente del estudio de televisión después de haber hecho los cambios respectivos aprovechando al máximo el laboratorio.

## **Mensaje:**

El mensaje será estructurado de la siguiente manera según el esquema.

Tema clave:

**“Todos hagamos TV”**

### **Identificar la escena del mensaje:**

Ubicar al estudiante donde se encuentra el estudio de televisión, para qué sirve y como pueden hacer uso de él, por medio de Mantas y carteles.

### **Creación de un mensaje:**

Utilizando los slogans abajo detallados, persuadiremos a los estudiantes y docentes a conocer el laboratorio de T.V. y como pueden solicitarlo, para ello haremos paso de aulas en las jornadas y secciones anteriormente detalladas.

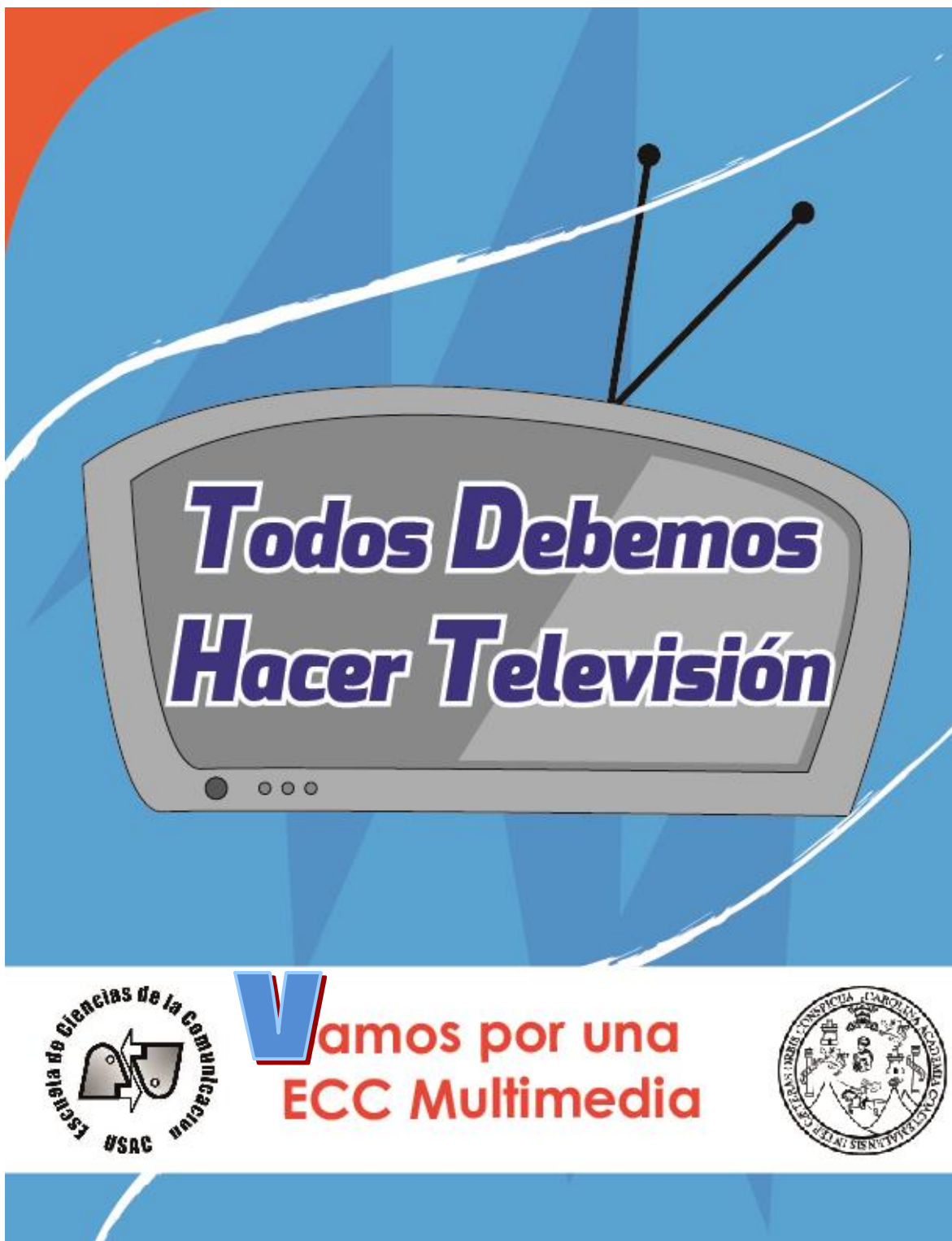
### **Desarrollar el mensaje:**

Aprovechando las horas de práctica del Ejercicio de práctica supervisada, desarrollaremos el mensaje en lugares estratégicos para que todos y todas lo puedan ver y enterarse de que se trata.

El mensaje se insertará en los afiches y mantas a utilizar para la campaña será el siguiente:

**“Todos hagamos TV”**

## Bocetos Propuesta afiche 1

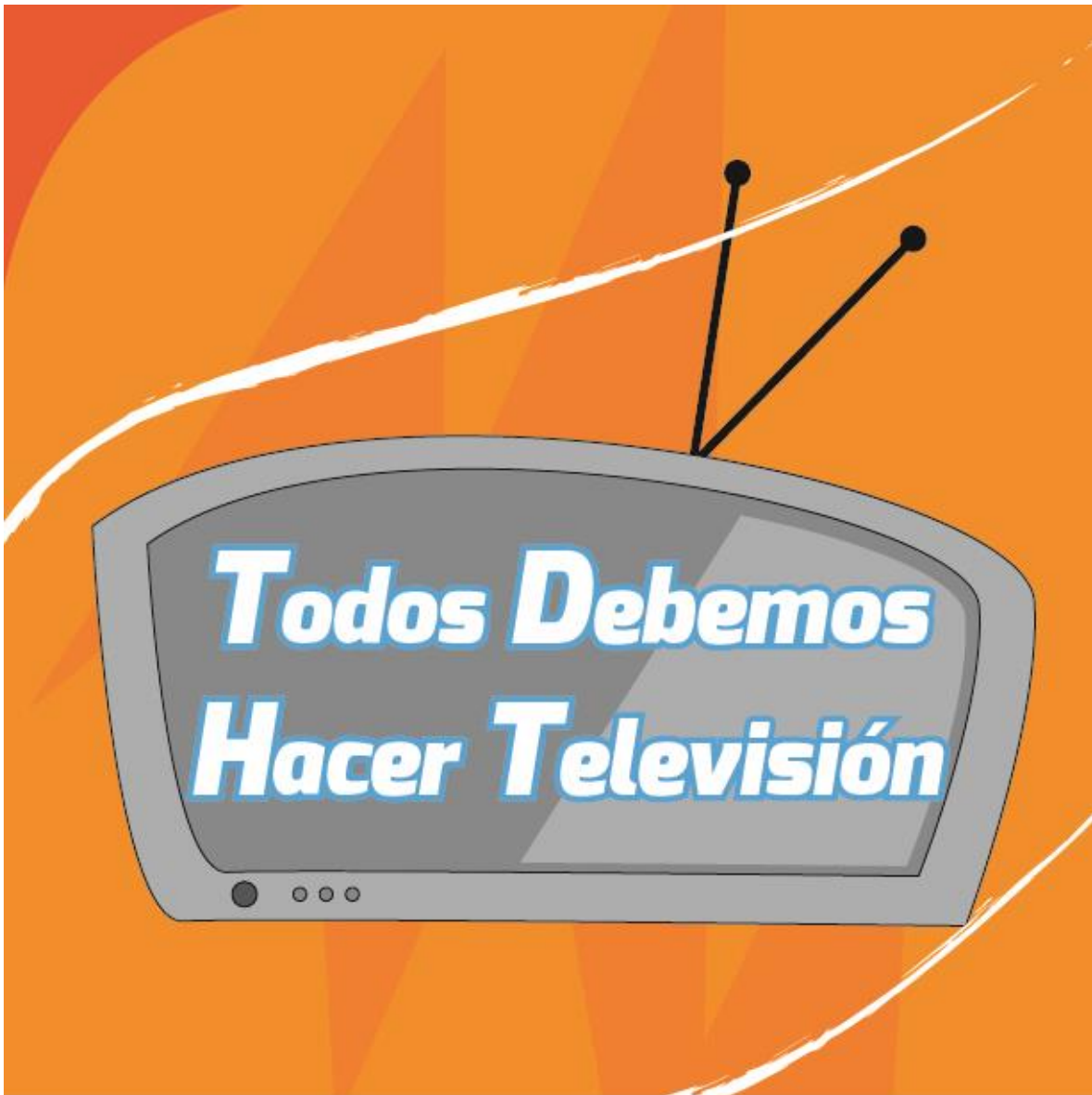




Propuesta afiche 2



### Propuesta afiche 3



**V**amos por una  
**ECC Multimedia**





Propuesta afiche 4





Propuesta afiche 5



Propuesta afiche 6

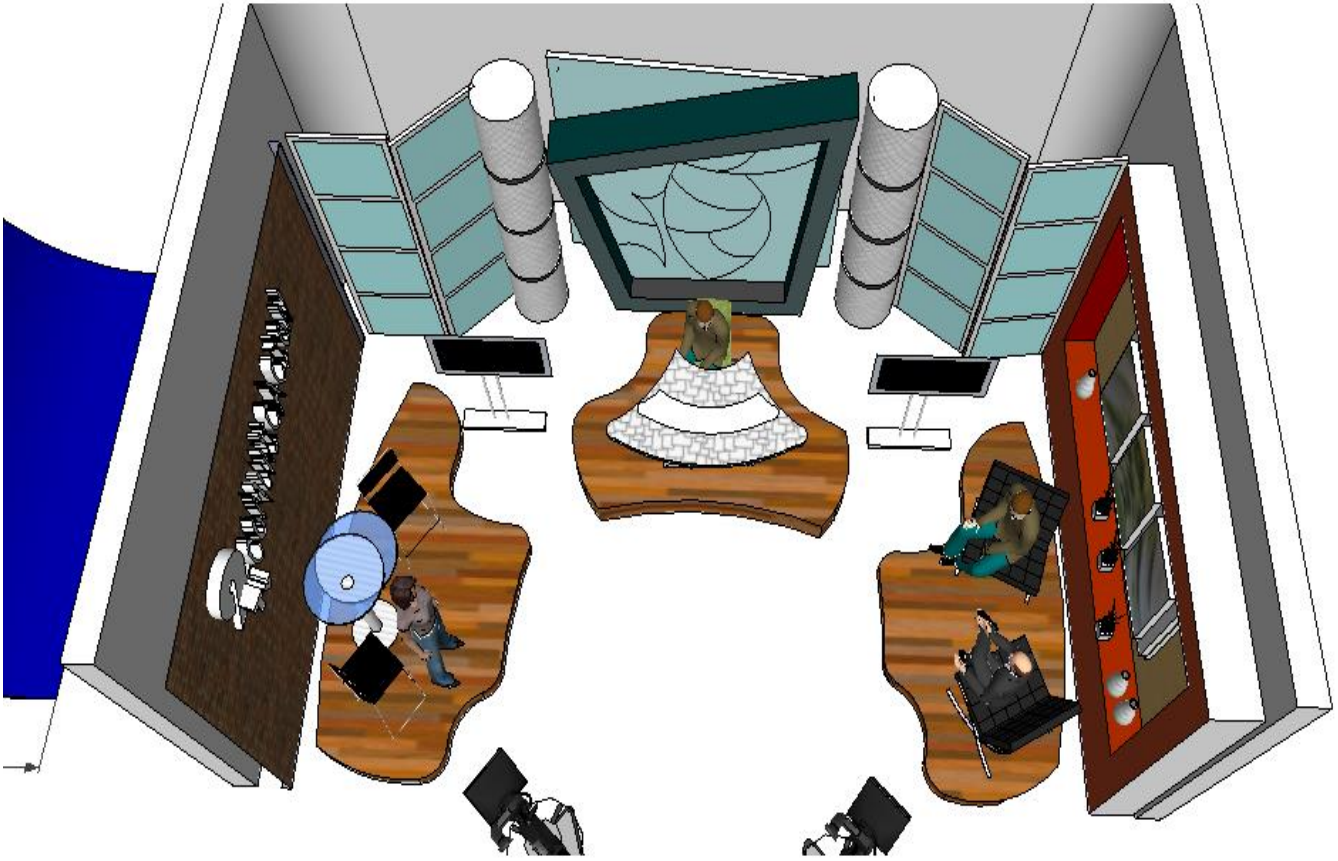


Imágenes en 3D de cómo se verá el estudio después de la remodelación 1.



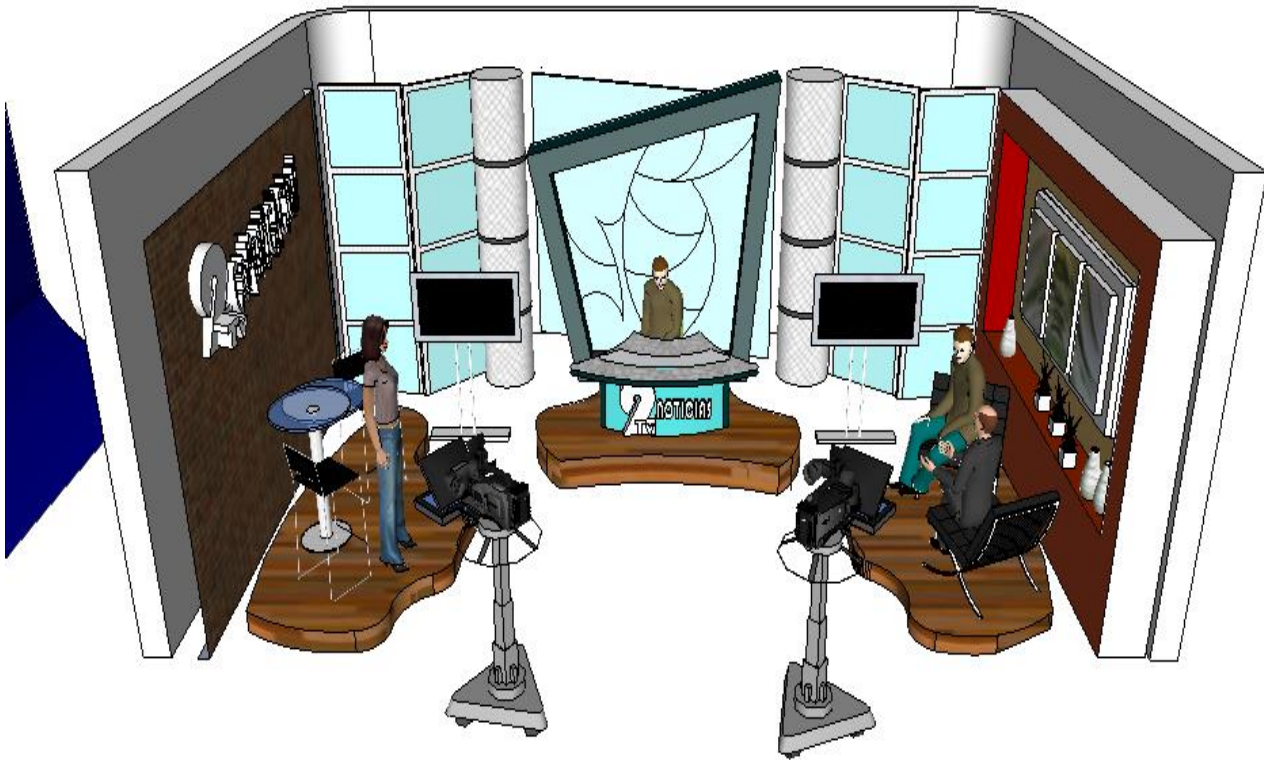
Vista desde arriba de los sets

## Imágenes 3D 1.2



Vista desde arriba de los 3 sets de TV.

### Imágenes 3D 1.3



Vista frontal de los sets



## Imágenes 3D 1.4



Vista frontal más cercana delos 3 sets

## Imágenes 3D 1.5



Vista frontal del set de noticias

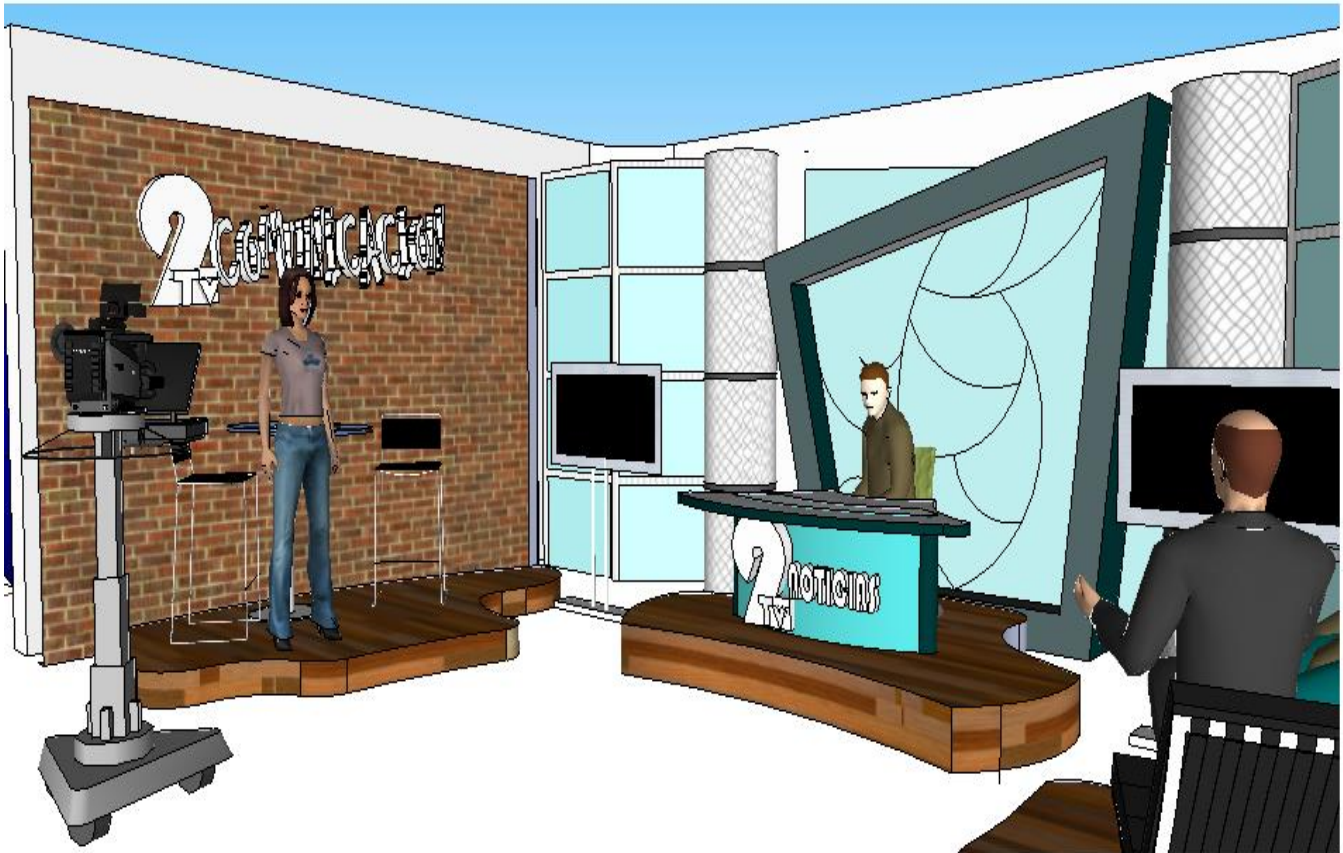
## Imágenes 3D 1.6



Vista frontal del set de entrevistas



## Imágenes 3D 1.7



Vista frontal de los 3 sets

## Imágenes 3D 1.8



Vista frontal del set de farándula y otros

**Asegurar disciplina en la transmisión del mensaje:**



El mensaje es claro y directo para con nuestro público objetivo que son, los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en todas sus carreras y en todas las actividades a realizarse dentro del estudio de televisión.

Este mensaje estará planteado con un slogan que dice:

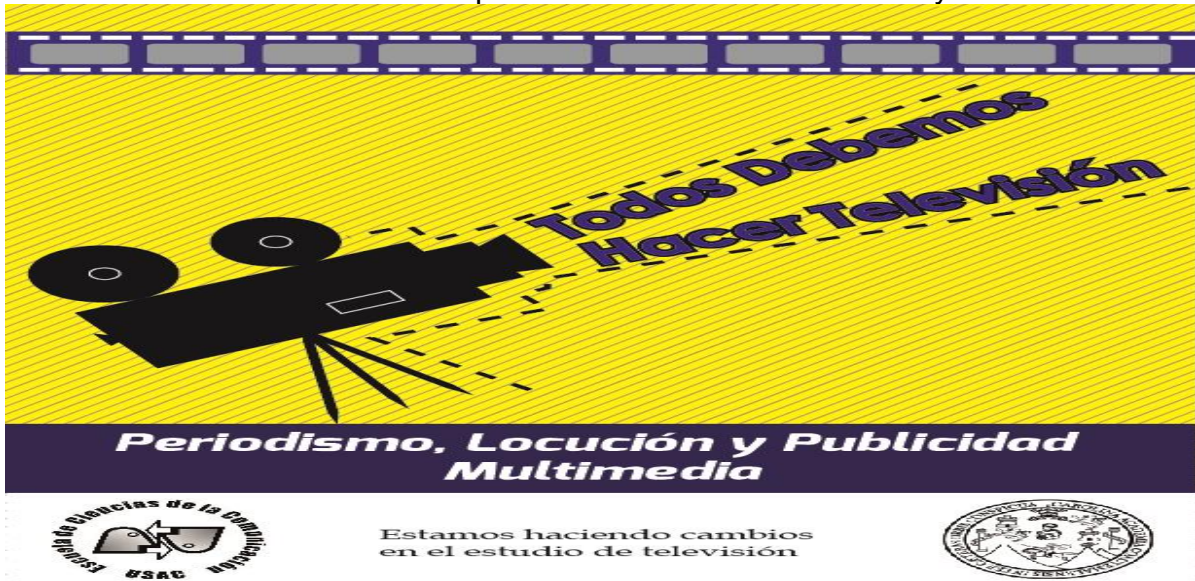
**“Todos hagamos TV”**



## Estrategia:

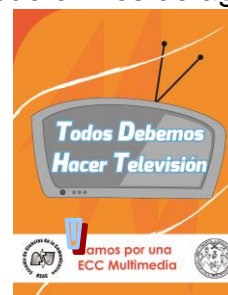
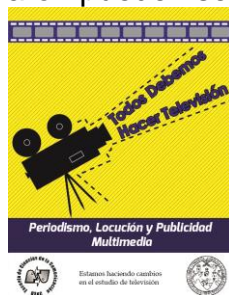
### Publicidad: Mantas

Utilizaremos un plan de campaña comunicacional, utilizando 2 mantas de 0.88 x 1 x 88 centímetros ubicadas el edificio M2 y Bienestar Estudiantil, además de la utilización de afiches en las carteleras ubicadas también en cada edificio con una rotación constante de 20 afiches por semana durante dos meses y medio.



### Publicidad: Afiches

Los afiches serán en tamaño doble carta y la información que aparecerá en ellos, será la misma de las mantas, y serán colocados en las carteleras que administra la Agencia, quienes autorizaron pueden ser utilizadas desde el mes de agosto.



### **Paso de aulas:**

Como táctica utilizaremos la estrategia llamada labor de hormiga, la cual se utiliza de forma verbal para que la noticia se corra entre amistades de confianza y así sucesivamente, para lograr nuestro objetivo de comunicación sobre lo que se está haciendo, y utilizar las diferentes páginas de la escuela para poder cubrir más terreno comunicacional.

### **Eventos:**

Aprovechar todos los eventos internos para ofrecer nuestros servicios e invitar a los estudiantes y docentes que se acerquen con nosotros para explicarles lo que se está haciendo en el estudio de televisión.

### **Marketing Directo:**

Realizar varios pasos de aulas ofreciendo las nuevas expectativas a corto plazo de lo que va hacer el estudio de televisión y escuchar sugerencias y opiniones sobre lo que el estudiante y el docente espera del laboratorio de televisión de la escuela. Jornadas a trabajar **Tercero y séptimo** semestre de **publicidad jornada Tarde**

Jornadas a trabajar **tercero y quinto** semestre de **periodismo jornada nocturna**

Jornadas a trabajar **tercero, quinto y séptimo** semestre **locución, publicidad y periodismo jornada P.A.D.** licenciatura decimo semestre sábado.

### **Internet:**

La creación de una fanpage, del estudio de televisión la cual será oficial y permanente, para que el estudiante y el docente puedan tener intercomunicación externa desde cualquier lugar del país, por medio de la red social facebook en la cual la mayoría de docentes y estudiantes poseen una cuenta y así poder saber de primera mano los planes venideros, tareas, vídeos. Trabajos y notas de los estudiantes que realicen sus respectivos cursos dentro del mismo.

**Avatar profile:**



**Imagen que aparecerá en la fanpage de facebook, del Estudio de Televisión tomando en cuenta que así se verá después de los cambios en la infraestructura.**

**Cómo lo encuentro:** aparecerá como “Estudio de Televisión ECC/USAC”, En facebook.

## **Planes de comunicación:**

En este punto, plantearemos lo que pensamos hacer y como lo vamos a desarrollar dentro de lo que es posible realizar contando con poco presupuesto para llevarlo a cabo de la mejor manera posible.

### **Qué vamos hacer:**

Con el presupuesto adquirido, gracias a la productora de televisión Crea Films Comunicación, ampliaremos el ciclorama del estudio de televisión así como su alisado, repello en yeso y la aplicación de pintura especial en color azul para poder tener mejor resolución en los cromas lineales, y poder hacer ensayos del clima con graficas sobrepuestas desde el switcher.

Con el mismo presupuesto, realizaremos la extensión de los camerinos y un espacio adecuado para poder guardar las cámaras de una manera más práctica y segura.

Obtendremos también, las ubicaciones para poder montar los tres diferentes sets, esto será a corto plazo después de haber concluido la obra de infraestructura nueva.

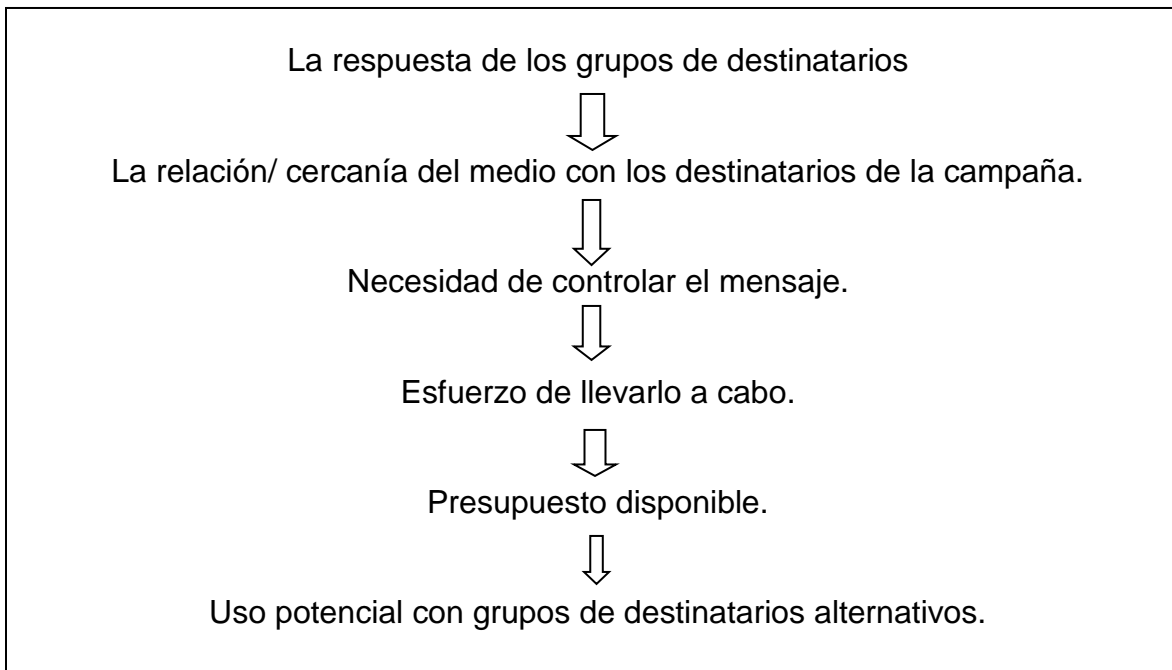
También crearemos una página en internet, por medio de facebook para que el estudiante y el docente que hacen uso del estudio de televisión puedan simplificar su estrategia de trabajo y poder subir sus proyectos realizados en la fanpage, que crearemos para todo tipo de dudas, opiniones e ideas, canalizando así lo que el estudiante y docente piensan del laboratorio.

Como plan a corto plazo, tenemos planeado implementar una computadora la cual irá hilvanada al switcher y a la consola de audio, para dar el paso de un sistema análogo a un sistema digital, para que el estudiante pueda subir o bajar sus vídeos y audios de una forma inmediata utilizando una memoria USB, y de esta forma evitaremos el uso de cintas magnéticas pues todo quedará grabado en el disco duro de la pc.

De esta forma podemos realizar un mejor trabajo con una mejor resolución y evitaremos el gasto de la compra de casetes, los cuales son caros y obsoletos. De esta forma podemos realizar un mejor trabajo de periodismo multimedia pues es lo que se realiza hoy en día y es muy fácil de poderlo realizar para un mejor rendimiento académico.

## Calendario de actividades:

### Esquema detallado de lo que vamos hacer.



**Descripción de acciones y fechas calendarizadas en las que vamos a realizar los cambios dentro del estudio de televisión en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**

**Lunes 5 de Mayo** del 2014, medición del ciclorama con la empresa Soluciones Totales para determinar el área de trabajo que se va a remodelar.

**Martes 6 al sábado 10 de Mayo** del 2014, descascarado del ciclorama y anulación de la duela de la pared donde se ubica la pantalla azul donde se realizan los Croma Key, monto económico patrocinado por Crea Films.

**Lunes 12 de Mayo al lunes 19 de mayo**, alisamiento y nivelación para realizar la extensión del ciclorama, el cual se extenderá metro y medio de lado a lado dándole al estudio una apariencia de amplitud y más elegancia en el plató para que los tiros de cámara sean más abiertos y dinámicos para ambas cámaras DVC PRO.

**Del martes 20 al sábado 31 del 2014**, enyesado total del ciclorama, y secado para seguir a la siguiente fase la cual detallaremos en el siguiente ítem, donado por Crea Films Comunicación.



**Lunes 2 de Junio al 16 del mismo mes del 2014**, se realizará la preparación y pintado del ciclorama, el cual debe quedar de un color azul claro. Este color y pintura especial es el apropiado para la realización de tele noticieros, información del clima y otras aplicaciones en Croma Key lineal y no lineal, además es perfecto también para la realización de fotografía artística y como fondo para cualquier tipo de evento, dentro del estudio de televisión. Patrocinio de Crea Films Comunicación

**De martes 17 al miércoles 25 de junio**, secado de la aplicación de la pintura del ciclorama, que como mínimo debe tener ocho días de secado para la segunda aplicación de pintura. Patrocinador, Crea Films Comunicación.

**Jueves 26 de junio al jueves 3 de julio del 2014**, aplicación de la segunda mano de pintura para el ciclorama del estudio. Donado por Crea Films Comunicación.

**Viernes 4 julio al sábado 12 de julio** del 2014, secado de la segunda mano de pintura azul en el ciclorama. Ejecutado por Crea Films Comunicación.

**Del lunes 14 al sábado 19 de julio** del año anteriormente mencionado, aplicación del esmalte transparente para fijar el color azul del ciclorama, tiempo de secado 24 horas. Patrocinado por Crea Films Comunicación.

**Desde el lunes 21 de julio al jueves 31 de julio del 2014**, ampliación de los camerinos y bodega para resguardar el equipo móvil del estudio de televisión, este tipo de trabajo se realizará en los últimos 10 días de la fecha programada es decir a finales de julio.

**Desde el 1 de septiembre hasta el 19 de septiembre del 2014**, Realización de la campaña publicitaria del nuevo estudio de televisión después de la remodelación y actualización para que todos lo conozcan y puedan utilizarlo.

**Trabajos conjuntos de publicidad con epesistas en la escuela y M2:**

**Del 1 de Agosto al 30 de Agosto:** Campaña publicitaria con Fernando Flores.

**Del 1 de Septiembre al 30 de Septiembre:** Campaña publicitaria con Celeste Cabrera.

**Del 1 de Octubre al 31 de Octubre:** Campaña publicitaria Brayan Mencos.

Todos estos trabajos bajo nuestra supervisión estarán siendo entregados en su totalidad y sin retrasos, el 1 de agosto del 2014, para su pronta utilización, para que nuestro público objetivo que son los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, puedan detectar inmediatamente los cambios realizados dentro del estudio de televisión.

Cumpliendo de esta manera, estaremos concluyendo nuestras horas de práctica dentro del área designada por los coordinadores del Ejercicio profesional supervisado, sin dejar por un lado las observaciones pertinentes para que nuestro trabajo se pueda seguir ejecutando, con los lineamientos entregados al docente encargado del estudio de televisión los cuales deben ser ejecutados en un corto plazo para terminar satisfactoriamente nuestro trabajo de investigación.

Las pocas áreas pendientes de solucionar, son mínimas pero de igual forma importantes, y para ello hemos implementado un plan de contingencia la cual se deberá hacer por el encargado del estudio de televisión quien ya tiene las claves para desarrollarlas y terminarlas siguiendo los pasos que le hemos propuesto en nuestro informe escrito.

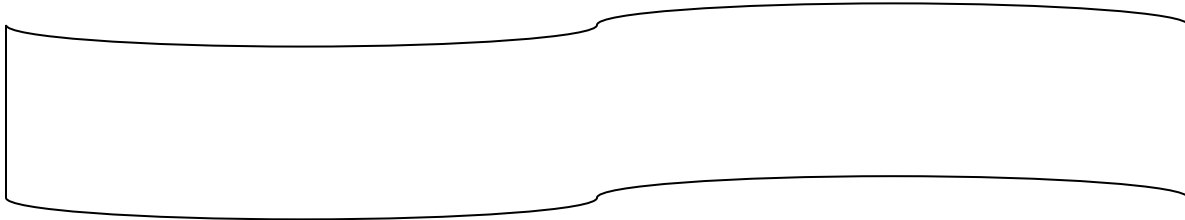
**Presupuesto:**

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
	Asesoría comunicacional	Q.10,000	Q.10,000
40	Afiches Tamaño tabloide cada uno	Q.12.00	Q.480.00
2	Mantas grandes	Q.125.00	Q.250.00
<b>Total</b>			<b>Q.10,730.00</b>

## Presupuesto:

En este capítulo presentamos detalladamente, el presupuesto con el que contamos para desarrollar nuestro plan de comunicación interna atizándolo para la infraestructura interna del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, partiendo con un presupuesto de Q.5000.00. El cual fue donado por la productora de televisión Crea Films Comunicación para el desarrollo del laboratorio de televisión.

### Detalles del presupuesto y su inversión en infraestructura:



Alisado de tabique curvo con pasta de yeso 33 metros cuadrados.	Q 890.00
Instalación de tabique de tabla yeso terminado 21 metros cuadrados	Q 2,320.00
Apertura y tallado de puerta en pared de tabla yeso (para ampliar camerinos)	Q 700.00
Aplicación de pintura color azul área de tabique curvo 54 metros cuadrados	Q 1090.00
Este proyecto a realizarse en el estudio de televisión de la E.C.C/ USAC en un tiempo De ocho días hábiles, con un valor total de	Q 5000.00

Guatemala 17 de febrero 2014

E.C.C/ USAC

Por medio de la presente le envié un cordial saludo y al mismo tiempo someto a su consideración la siguiente cotización.

Alisado de tabique curvo con pasta de yeso 33 metros cuadrados. Q 890.00

Instalación de tabique de tabla yeso terminado 21 metros cuadrados Q 2,320.00

Apertura y tallado de puerta en pared de tabla yeso (para ampliar camerinos) Q 700.00

Aplicación de pintura color azul área de tabique curvo 54 metros cuadrados Q 1090.00

Este proyecto a realizarse en el estudio de televisión de la E.C.C/ USAC en un tiempo

De ocho días hábiles, con un valor total de Q 5000.00

Estos precios in incluyen IVA, compra de materiales, transporte y mano de obra.

Al momento de ser aprobada esta cotización se requiere de un 50% del valor total del proyecto un 25% al momento de evaluar el avance del mismo (dos días después de iniciados los trabajos) y el 25% restante al momento de entregar el proyecto

En espera de poder servirle pronto y con la calidad que merece y nos caracteriza.

CESAR GUERRA

Tel 54584578/ 59587760

## **Control y seguimiento. (Evaluación)**

### **PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN:**

El procedimiento de evaluación se ha diseñado en dos grandes fases:

Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser declarados aceptados por la Comisión delegada por parte de la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado EPS.

Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados en el desarrollo de lo que estamos ejecutando en el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y de las actuaciones contenidas en los Planes de Comunicación para asegurar su cumplimiento.

Cuantificación de los indicadores incluidos en los Planes de Comunicación y volcado en las bases de datos Fondos aplicados para gestión de gastos en el 2014 para el laboratorio de televisión.

Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar.

Además, hay que destacar que se ha decidido que las instrucciones contenidas en esta guía serán aplicables a las evaluaciones del 2014, si bien las conclusiones y recomendaciones se ajustarán a la condición intermedia y final de las evaluaciones, de forma correspondiente. Es decir, la evaluación de los Planes de Comunicación que se realice en 2014 partirá de los resultados y recomendaciones de la evaluación efectuada en 2014.

### **OBJETO:**

La evaluación de los aspectos de comunicación se centra en los Planes de Comunicación elaborados y finalmente “aceptados” por la Comisión del EPS o, si se hubiesen producido modificaciones en los mismos, el último Plan de Comunicación vigente. Por ello, las evaluaciones tendrán por objeto analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por los Planes de Comunicación, existiendo un informe de evaluación distinto para cada uno de ellos.

## HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN:

### **Sistema de indicadores:**

El diseño de indicadores de seguimiento y evaluación constituye un ejercicio fundamental para la evaluación del desarrollo y resultados alcanzados por un Programa o Estrategia. De esta manera y, de acuerdo con la línea de trabajo mantenida por el Ejercicio Profesional Supervisado EPS, los indicadores de seguimiento y evaluación han sido elaborados y cuantificados conforme a distintas directrices para ser incluidos en los Planes de Comunicación para el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **Diseño:**

Los indicadores de seguimiento y evaluación han sido homogeneizados en su definición, de acuerdo con: las actividades de información y publicidad que se incluyen en cada uno de los Planes de Comunicación aceptados por la Comisión del EPS.

El ámbito de actuación de los Planes de Comunicación (la evaluación no está vinculada al Programa Operativo y/o Fondo).

**Tipología:** los indicadores se dividen en:

Indicadores de realización, para conocer el número y tipo de actuaciones de información y publicidad que se han llevado a la práctica.

Indicadores de resultado, para evaluar los efectos directos y en el corto plazo de las actuaciones de información y publicidad contenidas en los Planes.

La estimación de los valores a alcanzar por cada uno de los indicadores se ha consensuado también que:

Se realice a 2014, puesto que es la referencia de los Planes de Comunicación y teniendo en cuenta que el carácter de las actuaciones de comunicación hacen que sus efectos sobre los destinatarios requieran mayor plazo para ser observados.

Se consideren las actividades ejecutadas por los responsables de los Planes de Comunicación y por los Organismos Intermedios beneficiarios y/o gestores del/los Programas Operativos a los que en ellos se haga referencia.

### **Proporcionalidad:**

Los indicadores de seguimiento y evaluación de las actuaciones de información Y publicidad que se lleven a cabo en los distintos Planes de Comunicación y que aparecen en los mismos son proporcionales en base a:

#### **La cuantificación estimada de los indicadores.**

El trabajo complementario de análisis cualitativo que realicen los evaluadores independientes de los Planes de Comunicación.

**Tabla Indicadores de seguimiento y evaluación de realización y resultado de los Planes de Comunicación del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación 2014.**

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADOS
ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	(Nº) ASISTENTES
DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DIFUSIÓN	PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN
PUBLICACIONES REALIZADAS	NO. PUBLICACIONES EXTERNAS	PUBLICACIONES DISTRIBUÍDAS Y EDITADAS
INFORMACIÓN EN PÁGINAS WEB	PÁGINAS WEB	NO. DE VISITAS
INFORMACIÓN EN CARTELERAS Y MANTAS	DOCUMENTACIÓN DISTRIBUÍDA	PROGRAMAS OPERATIVOS A LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES

Además de estos indicadores de realización y resultados, para la evaluación se han diseñado unos indicadores de impacto, que permitan medir los efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y publicidad y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

En la selección de estos indicadores se ha tenido en cuenta la claridad en su delimitación, la sencillez en su aplicación y la representatividad en cuanto a los objetivos que pretende la propia evaluación.

Así, a través de estos indicadores, se pretende recoger, en aquellas actuaciones dirigidas a los aspectos más directamente ligados con la información, el grado de transparencia de lo que estamos ejecutando en el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **Análisis Documental:**

El análisis documental permitirá llevar a cabo el examen del marco de referencia relativo a las actuaciones en materia de Información y Publicidad.

Por ello, integrará la revisión de aquellos documentos relevantes o claves en la materia.

Los documentos que se describen servirán de marco de referencia destacando entre otros los siguientes:

Planes de Comunicación de los Programas Operativos en el estudio de televisión 2014.

Documentación emitida por las redes de comunicación de la Comisión del estudio de televisión.

### **Entrevistas:**

El equipo evaluador independiente encargado de las evaluaciones deberá llevar a cabo entrevistas, bien directas, bien realizadas a través de encuestas.

Estas entrevistas son una herramienta importante para la obtención de información cuantitativa y permitirán cruzar dicha información con la obtenida de los indicadores de evaluación y analizar con mayor profundidad los efectos directos e indirectos de las medidas de Información y Publicidad puestas en marcha.



Atendiendo a criterios de equilibrio en cuanto a representatividad y calidad, se entrevistará a la

Autoridad de Gestión, a los Organismos Intermedios jefe de fila regionales y a otros Organismos intermedios en su calidad de beneficiarios y/o gestores de los fondos, con la finalidad de obtener información no sólo cuantitativa sino también otra más cualitativa ligada no sólo con las propias medidas de comunicación llevadas a cabo, sino también a la repercusión de la información en la mejora de la propia gestión de los Fondos, en ahondar en la consideración del principio de igualdad de oportunidades y/o en las actuaciones de verificación y control, etc.

### **Entrevistas a los estudiantes y docentes:**

Los objetivos de esta encuesta son dar respuesta a lo exigido reglamentariamente, en el sentido de dar transparencia a las actuaciones cofinanciadas a través de los distintos Programas Operativos para los que se han elaborado los distintos Planes de Comunicación y contrastar si el público en general está concienciado del papel que el estudio de televisión juega en la mejora de su calidad de vida y de servicio.

Asimismo, a través de esta encuesta se pretende evaluar los dos últimos indicadores de impacto diseñados.

### Ficha de evaluación:

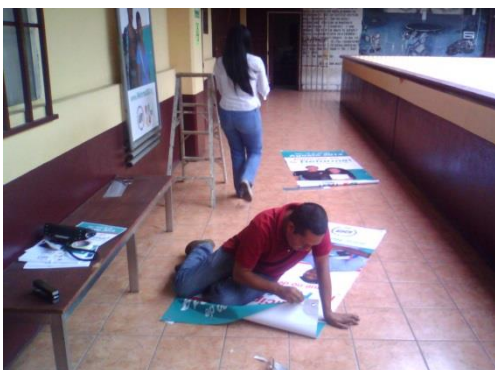
- ✓ ¿Cumplió el estudiante con los objetivos del trabajo?  SI  NO
- ✓ ¿Aumentó la afluencia de estudiantes al estudio de TV?  SI  NO
- ✓ ¿Realizó la fanpage del estudio de TV?  SI  NO
- ✓ ¿Rediseñó la infraestructura del estudio de televisión?  SI  NO
- ✓ ¿Actualizó el sistema de análogo a digital?  SI  NO
- ✓ ¿Dio a conocer los cambios realizados en su investigación?  SI  NO
- ✓ ¿Organizó a los semestres y carreras para ofrecerles charlas?  SI  NO
- ✓ ¿Cree usted que el estudiante logró sus objetivos?  SI  NO
- ✓ ¿Está satisfecho con el desempeño del estudiante?  SI  NO
- ✓ ¿Cumplió el estudiante todos los pasos de la investigación del EPS?  SI  NO

# Capítulo III

## Ejecución del Plan de Comunicación

## Coordinación y comienzo de campaña:

Comienzo de la campaña con la reforma curricular y la colocación de las matas, en los edificios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación M2 Y Bienestar Estudiantil a cargo de los epesistas, Fernando Flores, Celeste Cabrera y Brayan Mencos.



Preparación de Mantas, Bienestar  
Estudiantil 4/08/2014



Medición de Mantas, Bienestar  
Estudiantil 4/08/2014



Colocación de Mantas, Bienestar  
Estudiantil 4/08/2014



Colocación de Mantas, Bienestar  
Estudiantil 4/08/2014

Actualización del sistema Eléctrico aéreo de las luces del Estudio de Televisión con espigas y tomacorrientes polarizados para una mejor iluminación sin riesgos de sobrecarga eléctrica.



Cableado antiguo de las luces del Estudio de Tv



Cableado antiguo de las luces del Estudio de Tv



Cableado actual de las luces del Estudio de Televisión



Cableado actual de las luces del Estudio de Televisión

**Fuente y fotografías:**

**Brayan Rafael Mencos Palomo 5/9/2014**

Conexión directa de cableado de señal de Internet dentro del estudio de televisión para docentes y estudiantes.



Conector de 3 salidas de señal para internet activado, Camerinos



Conector de 3 salidas de señal para internet activado, sala de edición



Conector de 3 salidas de señal para internet activado, área de grabación



Conector de 3 salidas de señal para internet activado, Cabina del estudio

**Fuente y fotografías:**

**Brayan Rafael Mencos Palomo 5/9/2014**



## Instalación de tarjeta de salida digital Fire Wire al VTR convirtiéndolo de análogo a digital



VTR parte frontal del grabador  
análogo



VTR parte frontal del grabador  
ahora digital



Tarjeta digital instalada en el VTR grabador convertido  
en digital activado

**Fuente y fotografías:**

**Brayan Rafael Mencos Palomo 5/9/2014**

Adquisición de Dimers para 16 luces aéreas de Estudio de Televisión para manipular la intensidad de iluminación desde la cabina de grabación.



Juego de Dimers para luces de estudio profesional



Dimer modelo y marca listos para su instalación



Prueba de Dimers en el estudio de TV



Acercamiento de Dimer con sus canales activados



Prueba de Dimers con las luces del estudio de TV

**Fuente y fotografías:**

**Brayan Rafael Mencos Palomo 15/9/2014**



### Capítulo III

Ejecución del plan de comunicación para la digitalización del estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala



Paso de aulas, ejecutando el plan de comunicación



Invitando Estudiantes al estudio de televisión



Explicando que es el estudio de T.V.



Exponiendo las ventajas de hacer prácticas en el estudio de televisión



Invitando a docentes y estudiantes para que utilicen el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Fuente y fotografías: Brayán Mencos 18/9/2014**

## Actualización del VTR de análogo a digital, fase de ejecución. 20/9/2014



VTR análogo sin tarjeta digital



VTR análogo con tarjeta digital instalada



Instalaciones eléctricas no adecuadas en la iluminación



Iluminación actualizada e instalada correctamente



Instalación de tomas de Internet  
Fuente y fotografías: Brayan Mencos



Internet funcionando en todas las áreas del estudio de T.V.



## Descentralización del sistema de iluminación análoga a digital.



Sistema de iluminación análoga

Antes



Sistema de iluminación digital

Ahora



Sistema de dimers digitales



Sistema de dimers digitales instalados



Switcher digital para manipular la iluminación desde cabina de grabación 6/10/2014



## Instalación de audio en cabina unido al VTR y Switcher.



Cabina de grabación antes de la digitalización



Cabina de grabación ahora con audio digital. 6/10/2014



**Adquisición de capturadora para obtener tomas de escenas digitales para importar y exportar por medio de conexión USB.**



Capturadora de análogo a digital entrada RCA con salida USB digital audio y vídeo



Acercamiento de Capturadora de análogo a digital entrada RCA con salida USB digital audio y vídeo

**Fuente y fotografías: Brayan Mencos 8/10/2014**

## Explosiones e invitaciones al público en general sobre el uso del estudio de televisión

Charla en la expo comunicación en el MUSAC, con las primeras muestras de videos multimedia realizados en el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la comunicación.



### Infografías de las charlas realizadas en el MUSAC



Fuente e infografías: Brayan Mencos 26/7/2014

## Reforzamiento de la publicidad utilizada en nuestro plan.

Este logotipo fue empleado en mantas, afiches, y banners dando a conocer el estudio de televisión y sus nuevas funciones para el uso de todos los estudiantes y docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



## Realización de la fan page de Facebook.

Con este diseño quedo la presentación de la página de Facebook, para el estudio de televisión la cual podrá ser usada por docentes y estudiantes para trasladar cualquier información del curso, o evento que se realice dentro del mismo.





# **Capitulo IV**

## **Evaluación**

## Capítulo IV Evaluación

### **PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN:**

El procedimiento de evaluación se ha diseñado en dos grandes fases:

Elaboración de los indicadores de seguimiento y evaluación para que éstos se incluyesen cuantificasen en los Planes de Comunicación, que debían ser declarados aceptados por la Comisión delegada por parte de la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado EPS.

Elaboración y distribución de instrucciones a los órganos implicados en el desarrollo de lo que estamos ejecutando en el estudio de televisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y de las actuaciones contenidas en los Planes de Comunicación para asegurar su cumplimiento.

Cuantificación de los indicadores incluidos en los Planes de Comunicación y volcado en las bases de datos Fondos aplicados para gestión de gastos en el 2014 para el laboratorio de televisión.

Establecimiento de la metodología y criterios de evaluación a aplicar.

Además, hay que destacar que se ha decidido que las instrucciones contenidas en esta guía serán aplicables a las evaluaciones del 2014, si bien las conclusiones y recomendaciones se ajustarán a la condición intermedia y final de las evaluaciones, de forma correspondiente. Es decir, la evaluación de los Planes de Comunicación que se realice en 2014 partirá de los resultados y recomendaciones de la evaluación efectuada en 2014.

### **OBJETO:**

La evaluación de los aspectos de comunicación se centra en los Planes de Comunicación elaborados y finalmente “aceptados” por la Comisión del EPS o, si se hubiesen producido modificaciones en los mismos, el último Plan de Comunicación vigente. Por ello, las evaluaciones tendrán por objeto analizar el grado de ejecución y resultados e impactos logrados por los Planes de Comunicación, existiendo un informe de evaluación distinto para cada uno de ellos.

## **Términos generales de la evaluación final.**

### **Tipos de actividades:**

¿Actividades y actos públicos para dar a conocer los cambios en el estudio de televisión? **Satisfactorio**

### **Difusión en medios de comunicación:**

¿Se aprovecharon todos los medios de comunicación internos y externos para dar a conocer nuestros objetivos? **Satisfactorio**

### **Publicaciones realizadas:**

¿Se utilizó todos los medios escritos internos y externos para que los estudiantes visiten el estudio de televisión? **Satisfactorio**

### **Información en páginas WEB:**

¿Se creó la fan page para que todos los docentes y estudiantes puedan estar al día con los acontecimientos en el laboratorio de televisión? **Satisfactorio**

### **Información en carteleras y mantas:**

¿Los resultados de la publicidad en carteleras, mantas y afiches que tipo de resultados arrojaron? **Satisfactorios**

### **¿Funciono o no la estrategia comunicacional?**

La afluencia de docentes y estudiantes al estudio de televisión con los nuevos servicios es: **Satisfactoria**

## Conclusiones

Los resultados de este estudio permiten inferir lecciones aprendidas tanto para la planeación, el diagnóstico estratégico, así como para los planificadores, las cuales se han descrito a través de las respuestas a las preguntas de investigación y mediante la **construcción** de un modelo teórico de diagnóstico estratégico para el estudio de televisión, con un enfoque de planeación estratégica para la educación superior, que se sintetiza en la Figura N°01.

En síntesis, es necesario tomar en cuenta que el estudio de televisión es elemental para la práctica profesional de los estudiantes de la escuela de comunicación y por ende concluimos, que el laboratorio de prácticas televisivas se puede actualizar y renovar de una manera que sea autofinanciable aprovechando la afluencia de estudiantes que lo visitan y hacen uso de él.

Los estudiantes se muestran satisfechos de hacer sus prácticas en el estudio de televisión, y es necesario realizar los cambios necesarios en su infraestructura para el mejoramiento y aprovechamiento del mismo ya que son muy pocas universidades que cuentan con este tipo de laboratorios de estudios en televisión, utilizando los métodos sugeridos en este diagnóstico podrán encontrar la solución de los problemas que se presentan en el estudio de televisión.

Aprovechando, la buena voluntad de las autoridades actuales se puede llegar a un consenso para su mejoramiento en todos los aspectos ya mencionados anteriormente.

Es necesario darle seguimiento a la actualización que hemos desarrollado en nuestra labor de cambio, a enseñar a implementar trabajos más multimedia para ir acorde con la tecnología que nos invade día a día, para que el estudiante y el docente universitario puedan competir mejor en un mundo de comunicación multimedia.

## RECOMENDACIONES

El estudio de televisión siempre es afectado por la falta de presupuesto, recomendamos más atención en su presupuesto para el desarrollo a futuro del mismo y no descuidar su constante actualización.

El laboratorio de televisión necesita más apoyo para que pueda seguir avanzando encaminándose a sus objetivos generales, y poder brindando así un ahorro de recursos para todos los estudiantes y docentes que lo utilizan.

Creemos que es necesario que se asignen más Epesistas de Ciencias de la Comunicación al estudio de televisión para continuar con el trabajo realizado por ocho años consecutivos y de ninguna manera dar un paso atrás de los logros que se han logrado en cuanto comunicadores sociales para este laboratorio de practica televisiva que antes no se tenía.

Definitivamente creemos que la práctica televisiva, para estudiantes de periodismo, publicidad, locución y licenciatura es necesaria para la actualización de conocimientos en multimedia que son parte de nuestro diario vivir y muy necesarias para desarrollarnos como comunicadores que vamos de la mano con la tecnología que ahora es necesaria para nuestro desempeño académico, por eso sugerimos más tiempo de practica en este laboratorio de televisión.

## Referencias bibliográficas:

### Diagnóstico de comunicaciones, fondo de empleados grupo éxito presente

Melissa Bernal Tamayo

Diagnóstico Puebla

[www.matrizfoda.com](http://www.matrizfoda.com)

[es.wikipedia.org/wiki/Análisis\\_DAFO](http://es.wikipedia.org/wiki/Análisis_DAFO)

[www.slideshare.net/remyor09/cmo-construir-una-matriz-dofa](http://www.slideshare.net/remyor09/cmo-construir-una-matriz-dofa)

[www.uca.edu.sv/.../010db6\\_tesisdiagnosticodecomunicacionestrategica...](http://www.uca.edu.sv/.../010db6_tesisdiagnosticodecomunicacionestrategica...)

[www.eumed.net/libros-gratis/.../Diagnostico%20de%20Comunicacion.ht...](http://www.eumed.net/libros-gratis/.../Diagnostico%20de%20Comunicacion.ht...)

[biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos\\_tecnicas\\_investigacion.php](http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos_tecnicas_investigacion.php)

[www.dgbiblio.unam.mx/](http://www.dgbiblio.unam.mx/)

[www.bibliotecasvirtuales.com/](http://www.bibliotecasvirtuales.com/)

[galeon.com/rcruz0423/docs/encuesta.pd](http://galeon.com/rcruz0423/docs/encuesta.pd)

[scientific-european-federation-osteopaths.org/es/elemento-investigacion](http://scientific-european-federation-osteopaths.org/es/elemento-investigacion)

Aboites, H. (1990). Medios de comunicación y organizaciones populares: Hacia una propuesta de recepción crítica a partir de los movimientos sociales. En M. Charles y G. Orozco (Eds.), Educación para la recepción (pp. 227-240). México: Trillas.

Aceves, F. (1991). La televisión y los tapatíos: Un atisbo al entreveramiento horario de transmisión, menú programático y patrones de exposición. Comunicación y Sociedad, 13.

Acuña Limón, A. (1986). Familia y televisión. En M. A. Rebeil (Coord.), Propuestas para asociaciones de televidentes. México: AMIC/UIA.

Acuña Morales, M. L. (1976). La inteligencia y su relación con los efectos de la televisión sobre la preferencia por el comportamiento violento en los niños. Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana, México.

Aguilar, M. A. (1995). Televisión y vida cotidiana. Versión, 5.

Almeida Ramírez, L., Gutiérrez Cardona, M. E. y Villazon Davico, G. (1977). Funciones que desempeña la televisión en el niño mexicano. Tesis de Licenciatura, Universidad Anáhuac, México.

Ambriz Lemus, T. y Casillas, V. H. (1993). Propuesta educativa para fomentar en los niños una recepción crítica televisiva. Tesis de Licenciatura, ITESO, Guadalajara.

Anaya Cadena, V. (1984). El Impacto de la televisión en cinco comunidades vírgenes de México. México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Araujo Ramírez, F. J. (1978). Estudio de la relación asociativa entre diferentes grados de exposición a un programa de televisión y la actitud de la audiencia. Tesis de Licenciatura, Universidad Anáhuac, México.

Arriaga Jordan P. A. (1975). Violencia en televisión: Efectos en la preferencia de los niños por el comportamiento violento. Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana, México.

Arriaga Jordan, P. A. (s/f). Efectos de la televisión en la conducta verbal de infantes de casa cuna. México: Universidad Anáhuac, Centro de Investigación de la Comunicación.

Arriaga, P. y Valle, R. M. (1977). La televisión y el desarrollo cognoscitivo, intelectual y perceptual del niño en edad preescolar. México: Universidad Anáhuac, Centro de Investigación de la Comunicación.

Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) (s/f). Recepción crítica: Propuestas para la formación de asociaciones. Cuadernos de trabajo, 3. México: AMIC/TICOM UAM-Xochimilco.

Aveleyra Fernández, V. y Vega Carrillo, M. C. (1984). Estudio acerca de los efectos de la intromisión cultural en la identidad del adolescente a través de series norteamericanas de televisión. Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana, México.

Aviles Pacheco, M. P. (1992). La influencia de la publicidad televisiva en las mujeres. Tesis de Licenciatura, Universidad del Noreste, Monterrey, México.

Bandera Cañal, P. B. (1974). La influencia de un programa de televisión como medio educativo en niños y niñas de 3 a 5 años de edad en el DF, en relación al sexo. Tesis de Licenciatura, México: Universidad Iberoamericana.

Beltran Santiago, G. (1997). Plan DENI y la recepción interactiva del niño ante el televisor. Tesis de Maestría, ITESO, Guadalajara.

Benassini, C., Hernández, E. y Nuñez, L. (1990). Estudios sobre la televisión en México 1950-1990: Sistematización documental. México/Bogotá: UIA/FELAFACS.

Bernal Gómez, M. B. (1998). La televisión como impresora de identidades juveniles. Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México,

Bernal Sahagún, V. M. y Torreblanca, J. (Coords.) (1988). Espacios de silencio: La televisión mexicana. México: Nuestro Tiempo.

Blanco, J. (1996). Oferta de programas nacionales y extranjeros en medios televisivos y análisis de su exposición y consumo por alumnos de secundaria en la Ciudad de Irapuato. Tesis de Maestría, Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.

Bojalil Parra, S. (1986). Participación crítica ante la televisión. En M. A. Rebeil (Coord.), Propuestas para asociaciones de televidentes. México: AMIC/UIA.

Borzoni, A. A. (1983). Influencia desintegradora de la televisión. Comunicación Social, 3, Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social, 115-118.

Brambila Paz, C. (1978). Exposición selectiva: Análisis psicosocial de la recepción de un mensaje. Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana, México.

Cabal Hermsillo, A. J. (1973). Investigación sobre el nivel de información, confiabilidad y uso preferencial de medios, del público receptor de periódicos y noticieros de televisión de la ciudad de México. Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana, México.



# **Anexos**

## Lanzamiento de la Publicidad:



Fuente Brayan Mencos 01/10/2014 al 31/10/2014

**El Estudio de televisión de la Escuela de ciencias de la comunicación ahora:**



**Fuente Brayan Mencos 01/10/2014**



## Estudio de Televisión digitalizado:



Fuente: Brayán Mencos 03/10/2014

