

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado**

**“Estrategia de Comunicación Interna para mejorar el Pensum Técnico para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva”**

**Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado  
Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

**Erick David Donis Valiente**

**Previo a optar al título de  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Asesora**

**Licda. Evelin Morazán Gaitán**

**Guatemala, noviembre 2015**

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

**CONSEJO DIRECTIVO**

**Director**

Lic. Julio Estuardo Sebastián

**Representantes de Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Victor Carillas Bran

**Representantes Estudiantiles**

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

**Representante de Egresados**

Lic. Michael González Batres

**Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

**Coordinador General de EPS**

M.Sc. Sergio Morataya

**Coordinador de EPS**

M.A. Marco Julio Ochoa España

**Supervisora**

Licda. Evelin Morazán Gaitán

**Supervisora**

Licda. Brenda Chacón



# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 3 de febrero 2015

EPSL-B40-2015

Licenciada:

Iris Maricló Morales Luna

LICEO TÉCNICO DE VILLA NUEVA

Ciudad Guatemala

Licenciada Morales:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **ERICK DAVID DONIS VALIENTE**, carné 200810932 quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS-.

Atentamente,

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

MA. Marco Julio Ochoa  
Coordinador EPS Licenciatura  
Cel. 59000007



Copia: archivo  
MJOE-EMG

# LICEO TÉCNICO DE VILLA NUEVA

Villa Nueva, 11 de mayo del 2015

Señor  
MA. Marco Julio Ochoa  
Coordinador EPS Licenciatura  
Presente

Estimado Señor Ochoa:

Reciba mis altas muestras de distinguida consideración y respeto.

Por medio de la presente hago de su conocimiento que posterior a la solicitud realizada por el practicante de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación el estudiante ERICK DAVID DONIS VALIENTE, carné 200810932 ha sido aceptado para realizar su Práctica Profesional Supervisada en el establecimiento de Liceo Técnico de Villa Nueva durante el periodo establecido.

Atentamente,



  
Licda. Iris Maricela Morales Luna  
Directora





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

Guatemala 27 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:

Erick David Donis Valiente

Carné no. 200810932

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de comunicación interna para mejorar Pensum Técnico para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva”**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del Tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

MA. Marco Julio Ochoa

Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 59000007



**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)

“Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo investigativo“

## **"A quienes están en mi corazón y le dan sentido a mi existencia"**

### **A DIOS:**

Por darme el maravilloso don de la vida, del entendimiento, sabiduría e inteligencia, por planear mi vida de principio a fin. El ve mi corazón cuando medito, sabe cuáles son mis pensamientos y sentimientos, apenas se abren mis labios, y ya sabe mis palabras y deseos, dondequiera su potencia me circunda, en todas partes veo su fuerte mano.  
¡Que nunca tu presencia se me olvide! es mi anhelo.

### **A MIS PAPÁS:**

Ervin Rodrigo (Ervincito) y Flor de María (Florecita) por su amor, tiempo, atención, ejemplo, comprensión, paciencia dedicación y apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida para concluir cada una de mis metas, lo que fui, soy y seré se los debo a ustedes gracias por ser mi motor y cobijarme como un Donis-Valiente.

### **A SANN:**

Por ser más que amiga, compañera y colega, mi hermanita, por tus ocurrencias, cariño y apoyo a lo largo de nuestras carreras, por las diferencias y nuestras múltiples semejanzas. (Mi otro yo en femenino).

### **A MIS ABUELITOS:**

Con mucho cariño para ustedes, desde el lugar donde se encuentren, sé que seguramente están orgullosos de mí.  
Rodrigo Donis † y Arminda Perdomo (mamá Minda) †,  
Herminio Valiente (papá Mino) † y Cándida de Jesús Mérida †.

### **A MIS TIOS Y PRIMOS:**

Con cariño y respeto para cada uno de ustedes, Fam. Donis-Pérez, Donis-Cano, Donis-Contreras, Donis-Perdomo, Perdomo, Escalante-Perdomo, Galicia-Valiente, Solórzano-Valiente, Mérida-Valiente, Mérida-Álvarez, Moya-Valiente y Valiente-López.

### **A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS:**

Por haber compartido juntos ocurrencias, risas, ilusiones, momentos inolvidables y por viajar en cada uno de los vagones que nos llevaron a la realización personal, (Al Limite)

### **A MIS DOCENTES:**

Los de Pre primaria, Primaria, Básicos, Diversificado y los de la U, por sus sabias enseñanzas y consejos que nunca me fueron regados en el trayecto de mi vida como estudiante y por formarme académica y profesionalmente, en especial a Profa. Gladys de González, Dr. José María Torres y Licda. Evelyn Morazán.

### **A LA TRICENTENARIA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.**

Cuna de mis sueños profesionales y especialmente a la Escuela de Ciencias de la Comunicación por abrirme sus puertas y forjarme como un profesional de la Locución y de la Comunicación.

### **A QUATEBELLA.**

Mi país por el privilegio de ser guatemalteco y haber nacido en una tierra prospera y bendita por Dios por la cual trabajaré para ser un agente de cambio y ser un agente de transformación para mi nación.

**ED2V.**

## INDICE

Introducción .....	I
Título del Tema. ....	II
Antecedentes.....	II
Justificación.....	III

## CAPÍTULO I

1. El Diagnóstico.....	1
1.1 Diagnóstico Participativo	
1.2 Diagnóstico Pasivo	
1.3 Diagnóstico Comunicacional	
1.4 Comunicación.....	2
1.5 Proceso de la comunicación.....	3
1.5.1 Emisor	
1.5.2 Receptor	
1.5.3 Mensaje	
1.5.4 Canal	
1.5.5 Referente	
1.5.6 Contexto	
1.5.7 Código.....	4
1.6 Tipos de Comunicación	
1.4.1 Comunicación Verbal	
1.4.2 Comunicación No Verbal	
1.4.3 Comunicación Interna	
1.4.4 Comunicación Social.....	5
1.4.5 Comunicación de Masas	
1.4.6 Comunicación Institucional	
1.4.7 Comunicación Intra-institucional	

---

1.4.8	Comunicación Extra-institucional.....	6
1.4.9	Comunicación Descendente	
1.4.10	Comunicación Ascendente	
1.4.11	Comunicación Horizontal	
1.4.12	Comunicación Preventiva	
1.4.13	Comunicación Correctiva	
1.4.14	Comunicación Intercultural.....	7
1.4.15	Comunicación Externa	
1.4.15.1	Comunicación Externa Estratégica	
1.4.15.2	Comunicación Externa de Notoriedad .....	8
1.4.15.3	Comunicación Externa Operativa	
1.4.16	Comunicación Educativa	
1.7	Funciones de la Comunicación	
1.7.1	Función de la Comunicación Externa .....	9
1.7.2	Función de la Vigilancia del Ambiente	
1.7.3	Función de Entretenimiento.	
1.7.4	Función de la Norma Social.	
1.7.5	Función Referencial	
1.7.6	Función Connotativa	
1.7.7	Función Estática.....	10
1.7.8	Función Fática	
1.7.9	Función Metalingüística	
1.8	Efectos de la Comunicación de masas	
18.1	Evasión	
18.2	Efecto de Conversión y Persuabilidad.	

---

18.3	Frustración.....	11
18.4	La Manipulación	
18.5	La Motivación	
18.6	Excitación Colectiva	
18.7	La Socialización	
18.8	El Conformismo	
18.9	Identificación.....	12
1.9	La observación.	
1.9.1	Tipos de Observación	
1.9.1.1	Auto-observación	
1.9.1.2	Observación Sistemática. ....	13
1.9.1.3	Observación Participante.	
1.9.1.4	Observación de Campo.	
1.9.1.5	Observación de Ordinaria	
1.9.1.6	Observación Documental.....	14
1.9.1.7	Observación de Fenómenos	
1.7.1.7.1	Observación de Fenómenos sociales	
1.9.1.8	Observación No Participante	
1.10	Tipos de Investigación	
1.10.1	Investigación Descriptiva	
1.10.2	Investigación Cuantitativa. ....	15
1.10.3	Investigación de Clima de Opinión	
1.11	Entrevista.	
1.11.1	Clasificación de las entrevistas	
1.11.1.1	Entrevistas de Información	
1.11.1.2	Entrevistas de Problemas	
1.9.1.3	Entrevistas Profesionales	

---

1.12	Planificación.....	16
	1.12.1 Tipos de Planificación	
	1.10.1.1 Planificación de la Comunicación Interna	
1.13	Implementación	
1.14	Forma Práctica de hacer una sala de audio	
1.15	La Televisión.....	17
	1.15.1 Etapas de la Producción.	
	1.15.1.1 Etapa de Pre-Producción	
	1.15.1.2 Etapa de Producción	
	1.15.1.3 Etapa de Post-Producción.....	18
	1.15.2 Guion	
1.16	Principios de Iluminación de un set.	
	1.16.1 Tipos de Iluminación	
	1.16.1.1 Natural	
	1.16.1.2 Artificial	
1.17	Planos.....	19
	1.17.1 Planos en Televisión.	
	1.17.1.1 <i>Big Close Up</i>	
	1.17.1.2 <i>Close Up</i>	
	1.17.1.3 <i>Medium Close Up</i>	
	1.17.1.4 <i>Medium Shot</i>	
	1.17.1.5 <i>Long Shot</i>	
	1.17.1.6 <i>Two Shot</i>	
1.18	Movimientos de Cámara.....	20
	1.18.1 <i>Tilt Down y Tilt Up</i>	
	1.18.2 <i>Paneo</i>	
	1.18.3 <i>Dolly y Travel</i>	
	1.18.4 <i>Zoom In Zoom Back</i>	
1.19	La Radio	

---

1.20	Conclusiones de lo Observado .....	21
1.21	Objetivos del diagnóstico.....	23
	1.21.1 General	
	1.21.2 Específicos	
1.22	Descripción institucional.....	24
1.23	Antecedentes de la Institución.....	25
1.24	Misión institucional.....	26
1.25	Visión institucional	
1.26	Organigrama institucional .....	27
1.27	FODA Comunicacional.....	28

## **CAPÍTULO II**

2.	Metodología y resultados del diagnóstico	
2.1	Metodología .....	29
2.2	Descripción del tipo de comunicación utilizada	
2.3	Tipo de investigación .....	30
	2.3.1 Investigación de Campo	
2.4	Instrumento	
2.4.1	La observación utilizada.....	31
2.4.2	La entrevista	
2.4.3	Encuesta. ....	35
	2.4.3.1 Tipos de Encuesta.	
	2.4.3.1.1 Encuesta Social.	
	2.4.3.1.2 Encuesta Descriptiva.	
	2.4.3.1.3 Encuesta Explicativa	
	2.4.3.2 Cuestionario. ....	36
2.4.4	Formula aplicada a la población	
2.4.5	Descripción de la fórmula	
2.5	Cronograma de actividades.....	37

---

2.6	Presentación de resultados .....	38
2.7	Conclusiones de la investigación.....	48
<b>CAPÍTULO III</b>		
3. Propuesta de Comunicación		
3.1	Plan de Comunicación. ....	49
3.2	Objetivos de la Propuesta. ....	50
3.2.1	General.	
3.2.2	Específico.	
3.3	Mensaje Clave	
3.4	Publico Objetivo.	
3.5	Descripción de la propuesta.....	51
3.5.1	Equipo Técnico	
3.5.2	Talleres	
3.5.3	Guía de Guion para radio y televisión	
3.5.4	Programa de Radio	
3.5.5	Programa de Televisión	
3.5.6	Casting para locutores y presentadores	
3.5.7	Convocatoria para conformar el equipo de Producción del programa de radio y televisión.....	52
3.5.8	Circuito Cerrado	
3.5.9	Tabla de tiempos	
3.5.10	Promoción del programa de televisión	
3.6	Justificación de la propuesta.....	53
3.7	Estrategia para su implementación.....	54
3.7.1	Equipo Técnico	
3.7.2	Talleres	
3.7.3	Guía de Guion para radio y televisión .....	55
3.7.4	Programa de Radio	
3.7.5	Programa de Televisión	

---

3.7.6 Casting para locutores y presentadores .....	56
3.7.7 Convocatoria para conformar el equipo de Producción del programa de radio y televisión.....	57
3.7.8 Circuito Cerrado	
3.7.9 Tabla de tiempos .....	58
3.7.10 Promoción del programa de televisión	
3.8 Recursos a utilizar.....	59
3.9 Presupuesto	
3.10 Cronograma de Ejecución.....	60

## **CAPITULO IV**

### **4. Control y Seguimiento**

#### **4.1 Ejecución de Propuestas**

4.1.1 Equipo Técnico.....	62
4.1.2 Talleres.....	64
4.1.3 Guía de Guion para radio y televisión	
4.1.4 Programa de Radio .....	65
4.1.5 Programa de Televisión.....	67
4.1.6 Casting para locutores y presentadores .....	68
4.1.7 Convocatoria para conformar el equipo de Producción del programa de radio y televisión.....	70
4.1.8 Circuito Cerrado.....	71
4.1.9 Tabla de tiempos .....	72

#### **4.2 Descripción de Materiales Utilizados**

4.2.1 Equipo Técnico .....	73
4.2.2 Talleres	
4.2.3 Guía de Guion para radio y televisión	
4.2.4 Programa de Radio	

---

4.2.5 Programa de Televisión. ....	74
4.2.6 Casting para locutores y presentadores	
4.2.7 Convocatoria para conformar el equipo de Producción del programa de radio y televisión	
4.2.8 Circuito Cerrado	
4.2.9 Tabla de tiempos	
Conclusiones finales.....	75
Recomendaciones finales.....	76
Referencias Bibliográficas .....	78
E-grafía.....	81
Anexos.....	82

---

## **INTRODUCCIÓN**

Es preciso hacer mención que la comunicación tiene sus inicios desde que los primeros humanos en la tierra empezaron a usar diferentes métodos o formas para comunicarse, ésta ha cambiado constantemente y depende del uso que se le dé, sin embargo ningún ser humano puede vivir sin comunicarse, ya que es un elemento vital para cualquier tipo de relación que quiera establecer o desarrollar.

La comunicación es vital en cualquier institución ya que de ella dependen muchos factores que están directamente relacionados con las personas que se encuentran y que tienen relación dentro o fuera, directa o indirectamente, con la institución, es vital que toda empresa contemple un área de comunicación interna y también un área de comunicación externa para que los proyectos que lleguen a la empresa puedan desarrollarse en óptimas condiciones y no se permita el paso a las barreras comunicacionales de cualquier tipo.

## **TITULO DEL TEMA**

“Estrategia de Comunicación Interna para mejorar el Pensum Técnico para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva”

## **ANTECEDENTES**

En el Liceo Técnico de Villa Nueva no hay con antecedentes de Ejercicio Profesional Supervisado o cualquier documento que respalde el diagnóstico o la investigación de algún tema referente a Comunicación, que haya sido realizado por profesionales en el área de Comunicación, ya sea interna o externa o a nivel técnico.

Cabe hacer mención que el único documento que está en proceso, es un proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de Universidad de San Carlos de Guatemala, de la compañera Sandra Nohemí Donis Valiente, cuyo tema es: “Estrategia de comunicación interna para mejorar las relaciones interpersonales entre docentes y fortalecer la imagen del Liceo Técnico de Villa Nueva.”

## **JUSTIFICACIÓN**

Si bien es cierto que en la comunicación intervienen una serie de factores que permiten que la comunicación sea eficaz, en toda institución se debe trabajar desde lo interno, por ello se plantea una estrategia de comunicación para fortalecer la comunicación interna de Liceo Técnico de Villa Nueva.

Para iniciar cualquier proyecto que se quiera, es imprescindible contar con el equipo tanto material como humano, para que este pueda desarrollarse, razón por la que se propone implementar equipo nuevo, para que pueda ser útil, tanto en la cabina de audio como en el set de televisión y así poder realizar producciones tanto radiales como televisivas.

Contando con equipo necesario y teniendo el conocimiento de las fases de pre-producción, producción y post- producción de cualquier formato, sea este televisivo o radial, se hará más sencillo que los estudiantes de la Carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, de dicho establecimiento, desarrollen habilidades para la construcción de contenido para radio y para televisión.

Los proyectos de televisión que se realicen dentro del establecimiento sirven como apoyo a la publicidad y mercadeo del Colegio, ya que no hay mejor publicidad que la que los mismos estudiantes realicen. Dar a conocer la producción hace que la carrera que se imparte en dicha institución educativa y cabe resaltar que es única en el municipio de Villa Nueva, para que tenga mayores oportunidades de expansión y desarrollo, tanto para el Liceo Técnico, como para los estudiantes que ingresen a estudiar a la carrera.

## **CAPITULO I EL DIAGNÓSTICO**

### **1. Diagnóstico**

Según Vásquez Evelin en Tesis diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la Facultad de Odontología, la palabra diagnóstico proviene del griego *diagnos* y significa distinguir, discernir, conocer. Pero para llegar a la tercera acepción es preciso pasar por las dos primeras, el diagnóstico es un primer lugar, un ejercicio de diferenciación de los elementos de la realidad.

#### **1.1 Diagnóstico Participativo**

El diagnóstico participativo reconocer su situación, selecciona problemas, se organiza para buscar datos, analiza estos últimos, saca conclusiones, ejerce en todo momento su poder de decisión.

#### **1.2 Diagnóstico Pasivo**

Es practicado por un grupo de especialistas, de manera tal que la gente (sea parte de una organización o de una comunidad en general), es tomada como objeto de análisis, una organización o de una comunidad en general), todo se hace desde fuera de ella, alguien recoge datos que le pertenecen, los evalúa y saca conclusiones sin su participación.<sup>1</sup>

#### **1.3 Diagnóstico Comunicacional**

El diagnóstico de comunicación es un “procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa; es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una organización, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Vásquez Díaz, Evelin Alicia. Tesis. Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala. 2010. P 13.

<sup>2</sup><http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm>

#### 1.4 Comunicación.

Hoy se define comunicación diciendo simplemente que es el compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos.<sup>3</sup>

Se puede decir que la comunicación es la acción y efecto de comunicarse.<sup>4</sup>

Cuando se plantea la idea de que la “comunicación” es “participación”, quiere significar que “hace donación a otro de lo que se tiene”, o bien se establece una “conexión”, un lazo de unión, “un contacto”, “un nexo” entre dos cosas o dos personas. De otra manera, el proceso puede visualizarse como una actividad o como un resultado, es decir, como una entrega de algo a alguien (emisor, receptor).<sup>5</sup>

Acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado.<sup>6</sup>

Comunicación del lat. *communicatio*, *-ōnis*. Acción y efecto de comunicar o comunicarse, trato, correspondencia entre dos o más personas, transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.<sup>7</sup>

Según el libro de Como evaluar su publicidad, Etimológicamente, comunicar significa poner en común. La comunicación es un proceso mediante el cual dos o más sujetos intercambian información en doble dirección y por medio de la cual pueden desarrollarse mutuamente.<sup>8</sup>

---

<sup>3</sup>Schramm Wilbur, Mass Communication, 1960. p. 40

<sup>4</sup>Marrueco Raúl, Manual Práctico de Administración 2013. p. 412

<sup>5</sup>Bolaños, Calvo Bolívar, Comunicación Escrita/ Bolívar Bolaños,2000. p. 572

<sup>6</sup>Paoli, J. Antonio, Comunicación e Información: perspectivas teóricas. 2007: 138.

<sup>7</sup>Diccionario de la Real Academia Española. 2014.

<sup>8</sup> Como evaluar su publicidad, Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing. Pág. 8

## **1.5 Proceso de la Comunicación**

En todo proceso de comunicación intervienen esencialmente dos personajes que son los protagonistas básicos del mismo: emisor, ósea, la organización o persona que genera el mensaje, y receptor, es decir quien lo recibe.<sup>9</sup>

Para Velásquez el proceso de la comunicación es el siguiente:

### **1.5.1 Emisor**

Es la persona que, a partir de ciertas necesidades comunicativas, elabora el mensaje, lo codifica de acuerdo con las características del receptor y lo envía.

### **1.5.2 Receptor**

Es la persona que decodifica el mensaje.

### **1.5.3 Mensaje**

Es la información que comparten emisores y receptores dentro del proceso de comunicación.

### **1.5.4 Canal**

Es el vehículo, medio o instrumento a través del cual se transmite el mensaje y que lo transporta desde emisor hasta receptor.<sup>10</sup>

### **1.5.5 Referente**

Se llama referente al objeto o tema aludido en el mensaje.

### **1.5.6 Contexto**

Se llama contexto a las diferentes circunstancias que rodean un proceso comunicativo.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Como evaluar su publicidad, Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing. Pág. 8

<sup>10</sup> Velásquez, Carlos, Comunicación, Semiología del mensaje oculto, 2011, pág. 13, 32, 38.

<sup>11</sup> Velásquez, Carlos, Comunicación Lingüística, 2015, pág. 26, 27.

### **1.5.7 Código**

Es el conjunto de signos y reglas que se emplean y combinan.

### **1.6 Tipos de Comunicación**

Los seres humanos se comunican constantemente, aun desde antes de nacer, automáticamente inicia un proceso de comunicación, al moverse en el vientre de su madre y luego al nacer, buscan interactuar de una o de otra manera, ya sea llorando, balbuceando o haciendo movimientos haciendo que se relacionen con otros seres humanos de su entorno y luego conforme van creciendo van adquiriendo nuevas formas de interacción.

Según Hervas existen diferentes tipos de comunicación:

#### **1.6.1 Comunicación Verbal**

Es aquella que utiliza palabras en la transmisión del mensaje, y es específica del ser humano. Puede producirse cara a cara o no, entre dos personas en microgrupos o macrogrupos, mediante canales naturales o artificiales.<sup>12</sup>

#### **1.4.2 Comunicación No Verbal**

Hace referencia a un gran número de canales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, (expresión de la cara) los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal.<sup>13</sup>

#### **1.4.3 Comunicación Interna**

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Hervas Fernández, Gloria, Como Dominar la Comunicación Verbal y No verbal, 1998, pág. 14, 23.

<sup>13</sup><http://www.webgou.uma.es/archivos/comunicacion.pdf>

<sup>14</sup><http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

#### **1.4.4 Comunicación Social**

Incluye actividades tales como la educación, divulgación, propaganda, información propiamente dicha, etc., y que están relacionadas sobre todo con la transmisión de conceptos ideológicos a la búsqueda de una reacción del receptor en el ámbito de su actuación social.

#### **1.4.5 Comunicación de Masas**

Como su nombre lo indica, de ella se excluye todo tipo de comunicación que implique algún tipo de relación personal, no importa los medios que se utilicen para ello, se utiliza específicamente para designar el conjunto de comunicaciones que se realizan a través de los instrumentos técnicos de transmisión de la imagen y el sonido: prensa (periódicos, revistas etc.), radio televisión, cinematógrafo, etc.<sup>15</sup>

Muriel describe los siguientes tipos de Comunicación.

#### **1.4.6 Comunicación Institucional**

Sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional.

#### **1.4.7 Comunicación Intra-Institucional**

Es aquel sistema de comunicación institucional que establece el enlace entre los componentes individuales o públicos internos de la institución. Tiene como propósito directo la coordinación interna con objeto de hacer más eficiente la operación de la institución.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Biblioteca de Manuales prácticos de MARKETING, 1988.

<sup>16</sup> Muriel María Luisa, Rota Gilda. Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Humanas. 1980, pág. 31-49.

#### **1.4.8 Comunicación Extra-Institucional**

Es aquel sistema que establece el enlace entre la institución y los públicos externos a ella, tiene como propósito contribuir a la coordinación de la institución con el macrosistema o sociedad para que esta a su vez alcance sus objetivos.<sup>17</sup>

#### **1.4.9 Comunicación Descendente**

Es la que se desarrolla cuando los mensajes parten de los niveles jerárquicos altos hacia el personal, en forma de avisos, instrucciones, órdenes, políticas, reglas y normas, sugerencias, mensajes motivacionales.

#### **1.4.10 Comunicación Ascendente**

Va del personal hacia los directivos y generalmente, es bajo la forma de quejas, sugerencias, peticiones, respuestas a encuestas etc.

#### **1.4.11 Comunicación Horizontal**

Es de tipo informal y surge entre los miembros del personal.

#### **1.4.12 Comunicación Preventiva**

Es aquella que se planifica y desarrolla cuando no hay problemas graves que resolver; se implementa para evitar que aparezca.

#### **1.4.13 Comunicación Correctiva**

Responde a la necesidad de resolver favorablemente problemas que ya surgieron.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Muriel María Luisa, Rota Gilda. Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Humanas. 1980, pág. 31-49.

<sup>18</sup>Homs Quiroga Ricardo. La comunicación en la empresa. 1990, p 72, 73.

#### **1.4.14 Comunicación Intercultural**

Es un área de estudio poco precisa, que comprende toda una gama de aspectos, proceso de intercambio de mensajes entre elementos pertenecientes a diferentes culturas.<sup>19</sup>

#### **1.4.15 Comunicación Externa**

Aquí se encierran todas aquellas formas comunicacionales que están dirigidas a sus públicos externos con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones publicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la institución.

A través de este tipo de comunicación las organizaciones cumplen una serie de metas, es ahí donde la información se convierte en un instrumento de retroalimentación para la evolución y el control de la organización.<sup>20</sup>

Kreps en tesis de Delmy Noyola Gómez de León indica: la comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización. La información enviada por medio de canales externos puede utilizarse para influir sobre las actividades de los individuos y de los grupos en el entorno relevante, implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes.

##### **1.4.15.1 Comunicación Externa Estratégica**

Tiene como finalidad enterarse, cuanto antes, de los posibles datos de la competencia, la evolución de las variables económicas, cambios de legislación laboral, que puedan ser relevantes para la posición competitiva de la empresa.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Santoro Eduardo, Efectos de la Comunicación. 1986, p. 76

<sup>20</sup> Vásquez Díaz, Evelin Alicia. Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala. 2010. P 16.

<sup>21</sup> Gómez de León, Delmy, Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para el programa de integración comunitaria (PROINCO) del fondo nacional para la paz (FONAPAZ). 2011, P. 12.

#### **1.4.15.2 Comunicación Externa de Notoriedad**

Su propósito es mostrar a la empresa como institución que forma para dar a conocer sus productos, mejorar su imagen, etc. Sus principales formas serán: publicidad, promoción, donaciones, patrocinios etc.

Es un proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde organización empresarial hacia el conjunto de la opinión pública utilizando los medios de comunicación social.<sup>22</sup>

#### **1.4.15.3 Comunicación Externa Operativa**

Se utiliza para el desarrollo diario de la actividad de la empresa, y es la más importante a nivel de conocer ya que es la que lleva todas las comunicaciones públicas externas de la empresa, tanto con proveedores, clientes, competidores, administraciones, etc.<sup>23</sup>

#### **1.4.16 Comunicación Educativa**

Gonzales Carlos la define de manera general como un tipo de comunicación humana que persigue logros educativos. De por si la acción comunicativa en diferentes procesos y niveles resulta fundamental en la docencia, lo que es más claro si se reflexiona acerca de lo que alguien enseña (comunica) a otro, con objeto de contribuir a su desarrollo y esto es aún más importante si es dirigido a los niños y a los jóvenes, en una función que es también renovadora del ciclo de vida.

### **1.7 Funciones de la Comunicación**

Para González, la comunicación desempeña una función primordial, conocida como de “transmisión del conocimiento” y la consecuente supervivencia de los valores sociales.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Gómez de León, Delmy, Diagnostico y propuesta de comunicación externa para el programa de integración comunitaria (PROINCO) del fondo nacional para la paz (FONAPAZ). 2011, P. 12

<sup>23</sup> <http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4371/la-comunicacion-externa-en-la-empresa/>

<sup>24</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p.25

### **1.7.1 Función de la Comunicación Externa**

La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna, entre ellas además debe existir una alta integración.

Aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa etc.<sup>25</sup>

### **1.7.2 Función de Vigilancia del Ambiente**

Se entiende la reunión y la distribución de información generada por la sociedad, para transmitir herencia social.

### **1.7.3 Función de Entretenimiento**

Tiene como principal finalidad, proporcionar distracción a una masa social representada por los auditorios.

### **1.7.4 Función de la Norma Social**

Se origina cuando una sociedad deja de ser simple, para convertirse en altamente industrializada y, por lo tanto compleja.

### **1.7.5 Función Referencial**

Es la que define las relaciones entre el mensaje y el emisor.

### **1.7.6 Función Connotativa**

Define las relaciones entre el mensaje y el receptor. De esa función se derivan los códigos de señales y de operación.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Gómez de León, Delmy, Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para el programa de integración comunitaria (PROINCO) del fondo nacional para la paz (FONAPAZ). 2011, P. 14, 15.

<sup>26</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p.25, 26.

### **1.7.7 Función Estática**

Román Jakobson en Principios Básicos de la Comunicación de Carlos González, la clasifica como la relación que tiene en el mensaje consigo mismo.

### **1.7.8 Función Fática**

Tiene por objeto afirmar, sostener o detener un acto de comunicación en cualquiera de sus etapas.

### **1.7.9 Función Metalingüística**

La función Metalingüística define el sentido de los signos que se utilizan en un acto comunicativo y que pueden o no ser comprendidos por el receptor.

## **1.8 Efectos de la Comunicación de Masas**

A continuación se mencionan algunos efectos de la Comunicación más comunes.

### **1.8.1 Evasión**

Ofrece o intenta ofrecer un alivio para las realidades monótonas o desagradables de la vida cotidiana; sus funciones son: distracción, relajación y el olvido de inquietudes.

### **1.8.2 Efecto de Conversión y Persuasibilidad**

Se produce íntimamente ligado al de persuasibilidad y ambos representan elementos de cambio en las opiniones y creencias del público y se presentan, sobre todo, en aspectos consumistas y políticos, cuando se trata de guiar a los auditorios hacia objetivos predeterminados.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p. 11- 15 25, 26, 31- 35

### **1.8.3 Frustración**

Se presenta adoptando diversos aspectos, no todos relacionados con los medios de comunicación, pero en cualesquiera de sus casos, la frustración es un sentimiento de insatisfacción, de fracaso, que corresponde a la presencia de algún obstáculo que impide la realización de un deseo o necesidad, ya sea de tipo material, social, intelectual o psicológico.

### **1.8.4 La Manipulación**

Representa el propósito de guiar a un público hacia la adopción de conductas y actitudes predeterminadas.

### **1.8.5 La Motivación**

Constituye el conjunto de factores psicológicos que inconscientemente empujan al ser humano hacia un determinado género de reacciones o de objetos prefijados.

### **1.8.6 Excitación Colectiva**

Es el estado de tensión que puede darse entre el público y que influye tanto en la naturaleza del mensaje como en su frecuencia de transmisión.

### **1.8.7 La Socialización**

Proceso de índole psicológica que dura toda la vida, durante el cual el individuo va incorporando normas, valores y pautas de comportamiento sociales.

### **1.8.8 El Conformismo**

Es una actitud provocada en un individuo o auditorio, por la cual se le somete a las pautas dictadas por un grupo social.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p. 31- 35

### **1.8.9 Identificación**

Es la tendencia a obtener o asimilar los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo social.<sup>29</sup>

### **1.9 La Observación**

Cabezas asegura que es necesario también que la observación de como resultado una información despojada, lo más posible, de subjetividad. Para lograr esto, el investigador debe registrar, de inmediato, lo observado y evitar los juicios de valor que puedan reflejar interpretaciones fijadas a priori.<sup>30</sup>

En principio, toda observación para Gaitán Moya, es también auto observación. Las observaciones son relativas al punto de vista adoptado por el observador y a la dimensión observada; lo observado es relativo al observador y al nivel del observador hacer relativo a lo observado.

La observación supone la percepción de un fenómeno que se selecciona y se registra sin haberlo manipulado, constituyéndose el observador en testigo pasivo de su ocurrencia.

#### **1.9.1 Tipos de Observación**

A continuación se detallan los diferentes tipos de observación.

##### **1.9.1.1 Auto-observación**

Se produce cuando el observador se observa así mismo a propósito de sí mismo, con independencia del procedimiento de observación y registro de empleados.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p. 31- 35

<sup>30</sup> Cabezas Horacio, Metodología de la Investigación, 2006, p 52

<sup>31</sup> Gaitán Moya, Piñuel Raigada, Técnicas de Investigación en Comunicación Social. Pág. 39, 40

### **1.9.1.2 Observación Sistemática**

Se produce cuando el observador observa desde el nivel de juez último, como un sistema observador externo al campo de observación, para elaborar las descripciones y registrar estandarizadamente los datos de un flujo observacional.<sup>32</sup>

### **1.9.1.3 Observación Participante**

El investigador forma parte del grupo observado, se sujeta a sus normas y participa en sus actividades sociales, con esta técnica el estudiante y el investigador pueden tener acceso a una información difícilmente obtenible mediante la observación simple u otras técnicas. Permite adquirir experiencia más profunda y tomar nota del verdadero comportamiento de los miembros del grupo, aun en aquellas manifestaciones menos visibles.

### **1.9.1.4 Observación de campo**

Datos recogidos directamente por el equipo de investigación en interrelación o en presencia directa de las conductas observadas, sobre cuantos objetos de todas las clases, tipo y condición ha elaborado el hombre y analizado material, cultural y psíquicamente.

### **1.9.1.5 Observación Ordinaria**

El investigador esta fuera del grupo que observa; no participa de sus problemas. Se trata de distinguir el origen social, sus actitudes, que expresan a través de sus ademanes, gestos y posturas, así como las ideas que proclaman mediante sus expresiones y gritos. Permite precisar el área de estudio, recoger información inicial para formular problema y enunciar algunas hipótesis, adoptar estrategias para la aplicación de otras técnicas de recolección de datos.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Gaitán Moya, Piñuel Raigada, Técnicas de Investigación en Comunicación Social. Pág. 39, 40

<sup>33</sup> Comboni Sonia, Juárez José Manuel, introducción a las técnicas de investigación. Pág. 101-103

### **1.9.1.6 Observación Documental**

La que realiza en escritos de diversos tipos como exponente de conductas humanas y que interesa en cuantos a la información que proporciona de las mismas.

### **1.9.1.7 Observación de Fenómenos**

La inicial en un método de trabajo de investigación que permite el conocimiento de un área particular de fenómenos tanto de las conductas de los seres humanos entre sí, como en sus relaciones con el mundo no humano que interesan al investigador.

#### **1.9.1.7.1 Observación de Fenómenos Sociales**

La que mira detenidamente un hecho o situación con ánimo de estudio y de encontrar su explicación o su predicción y que, en el caso de las ciencias sociales, tiene como centro las conductas humanas.

### **1.9.1.8 Observación No Participante**

Datos recogidos por el investigador de los acontecimientos de la vida del grupo social que estudia pero sin su participación en ellos, como en el caso de las encuestas de opinión.<sup>34</sup>

## **1.10 Tipos de Investigación.**

A continuación se detallan los diferentes tipos de investigación según Díaz Leiva.

### **1.10.1 Investigación Descriptiva**

Por su medio se establece la situación del fenómeno de estudio, comprende la descripción, análisis e interpretación de las condiciones existentes en el momento, suele aplicar algún tipo de comparación o contraste, tratando de establecer relaciones de causa y efecto en variables no manipuladas, pero reales.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> De La Mota Ignacio Hilario. Diccionario de la Comunicación, 1988, pág. 137

<sup>35</sup> Díaz Leiva, Jorge. Teoría de la Investigación, Documento elaborado con fines docentes, 2015, pág. 21

### **1.10.2 Investigación Cuantitativa**

Permitirá conocer estadísticamente la ubicación de tal o cual situación, por excelencia es la encuesta.

### **1.10.3 Investigación de Clima de Opinión**

Se realiza para detectar y evaluar la actitud de empleados y obreros ante determinados asuntos.<sup>36</sup>

## **1.11 Entrevista**

Consta de dos elementos:

Entrevistador es el encargado de obtener la información.

Entrevistado es el sujeto que nos proporciona la información.

### **1.11.1 Tipos de entrevistas**

A continuación se detallan los distintos tipos de entrevistas.

#### **1.11.1.1 Entrevistas de información**

Recopilación de datos.

#### **1.11.1.2 Entrevistas de problemas**

Solución a los problemas (involucran conflictos individuales o grupales, quejas, confrontaciones, etc.).

#### **1.11.1.3 Entrevistas Profesionales**

Involucran, por una parte todo lo referente a aspectos legales, médicos, psicológicos, religiosos, de asesoría, y por otra, las expectativas y discusiones sobre ventas.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>Homs Quiroga, Ricardo. La comunicación en la empresa. 1990, p 105.

<sup>37</sup>Ramos Padilla, Carlos G. La comunicación un punto de vista organizacional, 1991, pág. 30

## **1.12 Planificación**

El termino planificar implica partir de una serie de datos sobre una situación para poder racionalizar alternativas de acción que lleven a lograr un propósito.

### **1.12.1 Tipos de Planificación**

A continuación se detalla el tipo de Comunicación Interna.

#### **1.12.1.1 Planificación de la Comunicación Interna**

Se fundamenta en las políticas de comunicación intra-institucional del sistema, que estarán idealmente basadas en los objetivos tanto de la institución como de su público interno y en los resultados de la investigación de comunicación intra-institucional.

## **1.13 Implementación**

La actividad de implementación según Carlos Interiano, implica la puesta en práctica o ejecución de los planes de comunicación institucional, implica acciones visibles a los ojos de todos, de lo que se deriva en graparte su importancia.<sup>38</sup>

### **1.14 Forma práctica de hacer una sala de audio**

La sala de audio puede aislarse de la siguiente manera: revestir paredes interiores con tela gruesa y exteriores con barro y yeso encima, el aislamiento del techo también puede hacerse con material poroso (barro, cartón, duroport o bien cartones de huevos)<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Muriel María Luisa, Rota Gilda. Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Humanas. 1980, pág. 157, 195

<sup>39</sup> Interiano Carlos, Producción de Programas Audiovisuales. 1988, pág. 36

## **1.15 La Televisión**

Es una producción que se realiza mediante el sistema de multicámara, este convierte a la producción de televisión en un medio más complejo que requiere de una mayor cantidad de recursos humanos y de equipos técnicos, e implica una serie de tareas, antes, durante y después de la producción en estudio, así como bastante disciplina y concentración.

Es una labor conjunta que realizan un grupo de personas que trabajan en equipo, de manera organizada, lo que exige de una cuidadosa planeación y una gran precisión en la función que realiza cada una de las partes involucradas; combina conocimientos, habilidades, talento, creatividad y disciplina para llegar a un objeto común.

### **1.15.1 Etapas de la Producción**

La televisión no se realiza de una sola vez, sino que es el resultado de un proceso arduo y metódico.

#### **1.15.1.1 Etapa de Pre-Producción**

Es la etapa previa a la realización del programa, desde la concepción de la idea hasta antes de la grabación, definición del tema, objetivos, contenidos del programa, género, formato, guion, duración, público y diseño de la producción (ambientación, escenografía, talentos etc.)

#### **1.15.1.2 Etapa de Producción**

Consiste en el levantamiento de imagen y sonido con cámara portátil (entrevistas, reportajes, capsulas, crónicas, sondeos, imágenes ilustrativas, etc.)<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Prado Mora, José, Guadalupe, El laboratorio de Televisión como espacio didáctico, p 13-24

### **1.15.1.3 Etapa de Post- Producción**

Comprende la edición de video y audio, los efectos digitales, musicalización, voz en off, subtítulos, etc.

### **1.15.2 Guion**

Constituye el plan fundamental sobre el cual se construye el programa de televisión, nos permite conocer la estructura narrativa del programa, el ritmo y el manejo de los tiempos.<sup>41</sup>

## **1.16 Principios de iluminación de un set**

Una iluminación adecuada es esencial tanto para lograr un producto aceptable, que pueda ser emitido a través de un medio de comunicación masiva que comporte imagen, como para la ambientación de escenarios, con objeto de proporcionar impresiones correctas y en ocasiones artísticas.

### **1.16.1 Tipos de iluminación**

Se conocen dos tipos de iluminación fundamentales.

#### **1.16.1.1 Natural**

Ya sea de interiores o exteriores, de día o de noche.

#### **1.16.1.2 Artificial**

Es la que se utiliza focos, flashes o reflectores.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Prado Mora, José, Guadalupe, El laboratorio de Televisión como espacio didáctico, p 13-24

<sup>42</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p. 112

## **1.17 Planos**

En el cine y la televisión, el plano es el conjunto de imágenes que se presentan sin discontinuidad ni rupturas de ritmo, suceso o escena, y que siempre quedan en un mismo encuadre, ángulo y distancia, durante la toma entera.

### **1.17.1 Planos en Televisión**

#### **1.17.1.1 Big Close Up**

(BCU) detalle.

#### **1.17.1.2 Close Up**

(CU) cabeza o toma cercana al personaje.

#### **1.17.1.3 Medium Close Up**

(MCU) toma de cabeza y hombros.

#### **1.17.1.4 Medium Shot**

(MS) cintura y cabeza.

#### **1.17.1.5 Long Shot**

(LS) todo el personaje.

#### **1.17.1.6 TwoShot**

(TS) dos o más personajes.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p. 112

## **1.18 Movimientos de cámara**

Estos proporcionan tomas y ángulos diversos. Los principales movimientos de cámara son:

### **1.18.1 Tilt Down y Tilt Up**

Bajar o subir la lente de la cámara.

### **1.18.2 Paneo**

Movimiento que permite a la cámara girar hacia atrás o hacia delante.

### **1.18.3 Dolly y travel**

Acto físico de mover la cámara hacia la derecha o izquierda, hacia delante o atrás, usando el tripié de la cámara, acoplado a un sistema de ruedas en su base.

### **1.18.4 Zoom In y Zoom Back**

Acercamiento y alejamiento del objeto, realizado con la lente de la cámara.

## **1.19 La Radio**

La palabra radio es un apocope de radiorreceptor y describe al aparato que captura y reproduce los sonidos y las señales transmitidas por ondas hertzianas.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 2008, p. 58, 112

## **1.20 Conclusiones de lo observado**

Para realizar un diagnóstico es necesaria la observación, esta se llevó a cabo en las instalaciones del Liceo Técnico de Villa Nueva.

- ✓ Se observó que el Liceo Técnico cuenta con la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación y que hay un aproximado de 100 estudiantes distribuidos en 4to y 5to grados secciones A y B cada uno.
- ✓ El colegio imparte varias carreras a nivel diversificado y cada una de ellas cuenta con un taller-laboratorio, donde los estudiantes pueden poner en práctica sus nuevos conocimientos.
- ✓ La carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación tiene a bien dos espacios destinados para el estudio de los cursos locución y televisión.
- ✓ En la cabina de audio y el set de televisión, solo son aprovechados para impartir clases pero no existe una programación de los mismos para realizar proyectos educativos.
- ✓ La directora del establecimiento informó que hace unos meses entablaron una relación con los directivos del canal municipal de villa nueva y les dieron la opción de elaborar una propuesta para ser transmitida y así dar a conocer el talento de los jóvenes de Bachillerato en Comunicación a través de un programa de televisión.
- ✓ Los jóvenes en su curso de televisión y en el curso de locución son muy creativos y talentosos.
- ✓ El receso es un buen momento para la transmisión de algún programa educativo, pero el sistema de audio siempre está apagado.

- ✓ Los directores están muy al pendiente de la carrera de comunicación, sin embargo por el desconocimiento en el área, no motivan a la realización de programas.
- ✓ La cabina de audio fue trasladada desde año pasado a un espacio más amplio para cumplir con la didáctica del curso de locución, sin embargo hasta la fecha no se le ha dado uso debido a que no están conectados los cables a la consola, los micrófonos, la computadora, los amplificadores etc.
- ✓ No existen formatos, ni guiones para realizar grabaciones de programas de radio, tampoco existen escaletas para formatos televisivos.
- ✓ El Liceo Técnico de Villa Nueva cuenta con un circuito cerrado de audio pero no hacen uso del recurso para dar a conocer los conocimientos técnicos y de locución que han sido formados en los estudiantes.
- ✓ En el área de contabilidad, que es el lugar donde personas ajenas al establecimiento, padres, encargados, alumnos de otros niveles y de otras carreras, ingresan a realizar sus gestiones de pago, hay colocada una pantalla que siempre está apagada porque no existen videos o programas para ser transmitidos.
- ✓ El set de televisión es un espacio que cuenta únicamente con un croma, pese a que no existen cámaras e iluminación los estudiantes realizan prácticas con cámaras personales.
- ✓ Los estudiantes en su mayoría se sienten un tanto decepcionados, porque a ellos les llamo la atención las instalaciones del establecimiento, aducen que los contenidos teóricos vistos en sus cursos muy interesantes, pero no los pueden llevar a la práctica y a ellos les gustaría realizar proyectos.

## **1.21 Objetivos del Diagnóstico**

### **1.21.1 General**

- ✓ Evaluar el uso que se le da a la cabina de audio y al set de televisión por parte de directores, docentes y alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación del Liceo Técnico de Villa Nueva.

### **1.21.2 Específicos**

- ✓ Conocer las inconformidades que existen por parte de los alumnos al no poder hacer uso del set de televisión y cabina de audio.
- ✓ Indicar el propósito por el cual fueron creados los estudios de cabina de audio y set de televisión.
- ✓ Investigar qué tipo de programación les gustaría transmitir a directores, docentes y alumnos por medio de los recursos con los que cuenta la carrera de Bachillerato en Comunicación.

## **1.22 Descripción Institucional**

Liceo Técnico de Villa Nueva es un centro educativo del sector privado, en el área urbana, ubicado en 6ª. Avenida 6-54 zona 1 del municipio de Villa Nueva, del departamento de Guatemala,

De modalidad monolingüe, atiende 33 grados cada uno de ellos con una o dos secciones, distribuidos de la siguiente manera: pre-kínder, kínder y preparatoria en el nivel pre-primario; en el nivel primario por los grados de: primero, segundo, tercero, cuarto, quinto y sexto; primero, segundo y tercero en el nivel básico.

En el nivel diversificado por las carreras de: Bachillerato Industrial y Perito en Electrónica Bachillerato en Computación, Bachillerato en Construcción, Bachillerato en Turismo, Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, y Perito Contador.

El establecimiento está conformado por personal administrativo, personal técnico y operativo, personal docente, alumnado y padres de familia.

### **1.23 Antecedentes de la Institución**

En el año 1997 el Liceo Técnico de Villa Nueva fue autorizado por la Resolución No. 104-97 de fecha 20 de agosto de 1997 emitida por el Ministerio de Educación a través de la Dirección Departamental de Educación.

Esta institución fue creada por el Lic. Julio Roberto Palencia López, una persona con visión amplia que deseaba dar al municipio de Villa Nueva un establecimiento educativo que brindara a la población estudiantil los medios para poder formarse como profesionales capaces de liderar en la sociedad.

Fue así como el Liceo Técnico de Villa Nueva inició en el inmueble ubicado en la 4ª. Calle y 4ª. avenida zona 1 de Villa Nueva, con tan solo 8 ambientes, de los cuales se agregaron cinco más, impartiendo clases en el nivel preprimaria, primaria, básicos y las carreras de Secretariado Oficinista, Administración Pública y Bachillerato en Ciencias de la Comunicación con 145 alumnos.

Durante 3 años estuvo ubicado en el mismo lugar pero por el deterioro del inmueble por lo que motivó asumir una decisión, cerrar el Liceo o dejar que Dios marcara el camino para desarrollar una obra, obra que a la fecha no termina de innovarse.

Es así como el Liceo fue trasladado hacia la 6ª. Avenida 6-54 zona 1 de Villa Nueva contando actualmente con tres edificios donde se encuentran ubicados los salones de clase, un edificio de Tecnología y un gimnasio.

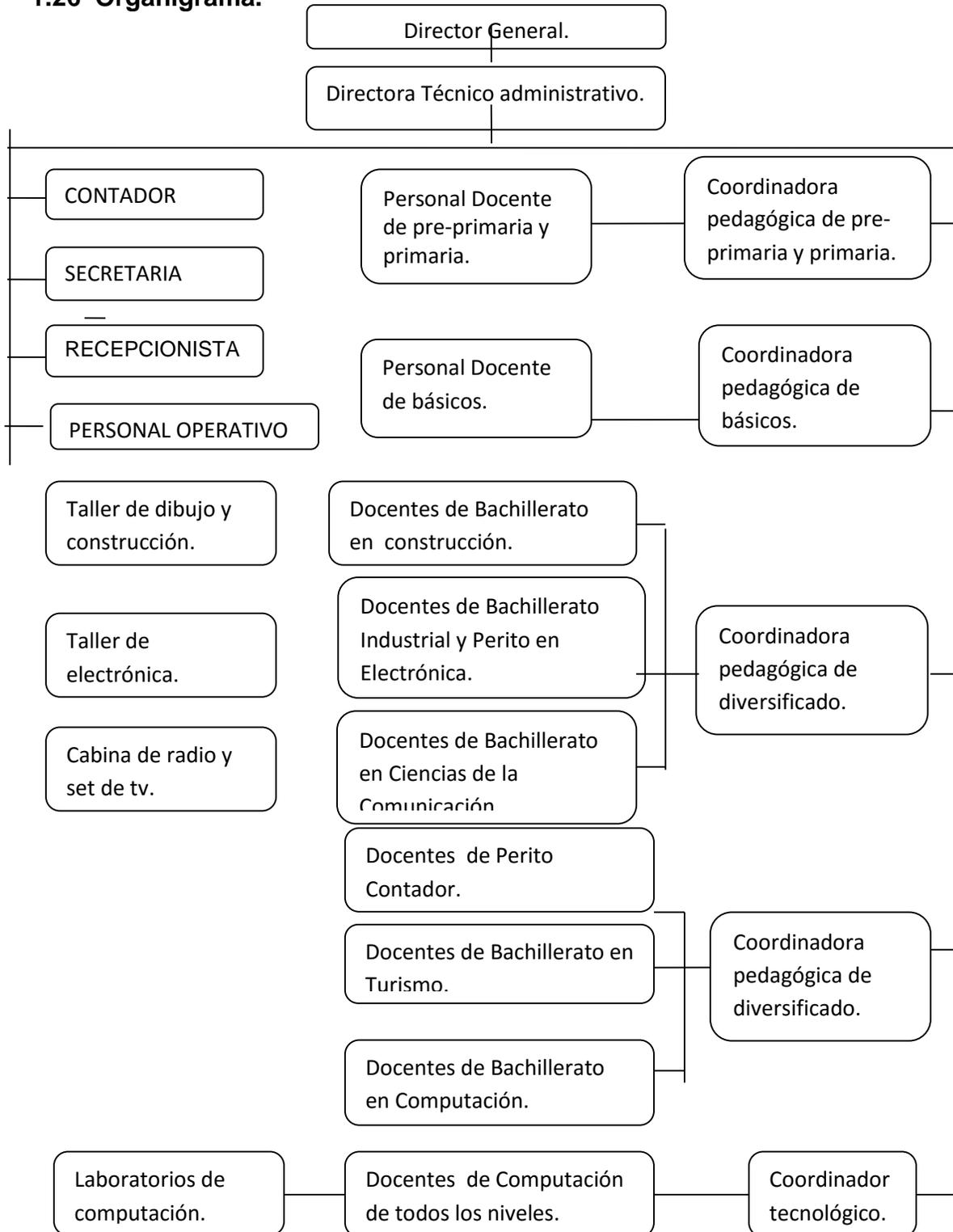
#### **1.24 Misión Institucional**

“Somos un centro educativo que promueve la sensibilidad ética, moral y espiritual mediante la formación pedagógica, propiciando la autonomía y juicio crítico a través de metodologías y herramientas innovadoras que favorecen el desarrollo de habilidades y destrezas en el estudiante, basados en el bien común”

#### **1.25 Visión Institucional**

“Ser la institución líder en innovación educativa a nivel departamental, que brinde a la sociedad personas competentes, comprometidas, conscientes, compasivas y capaces de desarrollar en los diferentes escenarios de la vida”

### 1.26 Organigrama.



Fuente: dirección.

## 1.27 F.O.D.A.

F

### •Fortalezas.

- Único colegio en el municipio de Villa Nueva que cuenta con una carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.
- Cuenta con profesionales en el área de la comunicación impartiendo docencia.
- El Bachillerato en Ciencias de la Comunicación consta de 4 secciones, de 25 alumnos cada una.
- El Colegio posee una cabina de radio, y un set de televisión.
- Se tiene una pantalla para transmitir programación interna y está ubicada en el depto. de contabilidad.
- Buenas relaciones entre docentes y alumnos y entre directores y docentes.
- Participación activa de procesos de comunicación por parte de directores, docentes y estudiantes.

O

### •Oportunidades.

- Demanda de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación por parte de la población.
- Mejoramiento en calidad de servicio educativo.
- Proyectos educativos haciendo uso de la cabina de radio y del set de televisión.
- Nuevos proyectos que apoyan la práctica de los estudiantes.
- Se hace uso de la cabina de radio y set de televisión para informar a los estudiantes y comunicarles valores.

D

### •Debilidades.

- No se capacita a los docentes en uso de programas de edición de audio y video.
- No existe una planificación para la elaboración de programas.
- No tienen programación para radio ni para televisión.
- No se elaboran guiones, escaletas o storyboard.
- Los docentes no conocen programas de más programas de edición.
- No se usa el set de televisión ni la cabina de audio para hacer programas.
- Existen barreras de comunicación entre directores y docentes ya que los directores piden que se realice una planificación sin ellos entender el tiempo que se debe invertir para la elaboración de los mismos.

A

### •Amenazas.

- Disminución de estudiantes que deseen estudiar Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.
- Si no se planifican proyectos la imagen de la institución puede resultar afectada.
- Si no hay capacitación los docentes no le prestaran atención a la propuesta.
- Pérdida de credibilidad al pensum de estudios de la carrera.
- No hay crecimiento profesional para alumnos, tampoco crecimiento laboral para los docentes, ni institucional para el establecimiento.

## **CAPÍTULO II.**

### **METODOLOGÍA Y RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.**

#### **2.1 Metodología**

En un sentido más amplio es el medio para alcanzar un objetivo determinado o el procedimiento para ordenar cualquier actividad de investigación.

El método científico trata de explicar las complejidades de la naturaleza de una forma replicable (repetible) y usar estas explicaciones para adelantar predicciones útiles, nos proporciona un proceso objetivo para hallar soluciones ante problemas en diversos campos científicos y tecnológicos.<sup>45</sup>

El método de investigación utilizado en este diagnóstico fue el método científico, debido a las etapas que conlleva este método y aplicadas al diagnóstico. Hipótesis sobre la creación de programas de radio y televisión por alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva, observar si graban programas de distintos formatos, experimentar y recolectar datos con encuestas y cuestionarios.

#### **2.2 Descripción del Tipo de Comunicación Utilizada**

Este diagnóstico gira en torno a la Comunicación interna, organizacional, además de Comunicación social, y Comunicación de Masas.

La comunicación organizacional ocurre dentro de un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente e influye en él; implica mensajes, flujos, propósitos, dirección y medios empleados.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Díaz Leiva, Jorge. Teoría de la Investigación, Documento elaborado con fines docentes, 2015, pág. 5

<sup>46</sup> Ramos Padilla, Carlos G. La comunicación un punto de vista organizacional, 1991, pág. 16

La comunicación organizacional involucra actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades personales, la conforman todos aquellos medios informativos que se emplean en la organización: avisos, memorandos, circulares, boletines, órdenes de trabajo, etcétera. Este tipo de comunicación se efectúa solo cuando el emisor y el receptor permanecen al mismo grupo de trabajo de la organización.<sup>47</sup>

### **2.3 Tipo de investigación**

Investigación es la acción orientada a encontrar soluciones a un problema o a acumular información más amplia sobre un hecho del cual se desconoce total o parcialmente algo.

De acuerdo a los propósitos, este diagnóstico se vale de la investigación descriptiva.

Este diagnóstico por su naturaleza de investigación, también se vale de la Investigación de Campo, ya que nuestras fuentes son personas, institución educativa, de las cuales se obtiene la información directa.

#### **2.3.1 Investigación de Campo**

Se basa en el levantamiento de información de fuentes primarias, a través de la encuesta, la entrevista o la observación.<sup>48</sup>

### **2.4 Instrumento**

Los instrumentos utilizados en la realización de este diagnóstico son:

- ✓ Encuestas para alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación del Liceo Técnico de Villa Nueva.
  
- ✓ Entrevistas a alumnos docentes, y autoridades de la institución.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup>Ramos Padilla, Carlos G. La comunicación un punto de vista organizacional, 1991, pág. 26

<sup>48</sup>Díaz Leiva, Jorge. Teoría de la Investigación, Documento elaborado con fines docentes, 2015, pág. 22

<sup>49</sup>Gaitán Moya, Piñuel Raigada, Técnicas de Investigación en Comunicación Social. Pág. 40

### **2.4.1 La Observación Utilizada**

La observación participante: se produce cuando los observadores forman parte del campo de observación o tienen cierta vinculación con los sujetos observados y permiten que formen parte del sistema observador los informantes, constituyéndose estos en juez último de la adecuación de las descripciones y el análisis del observador.

50

### **2.4.2 La Entrevista**

Es un medio que se emplea en la investigación de campo para facilitar el trabajo durante las primeras fases de la investigación o para requerir información.<sup>51</sup>

La entrevista es un tipo de comunicación sumamente especializado, con el que es posible evaluar a las personas y sus expectativas, con la entrevista se propician acuerdos, se reciben opiniones y sugerencias, se investigan planes y se resuelven problemas.<sup>52</sup>

En este diagnóstico se realizaron entrevistas a autoridades del Liceo Técnico de Villa Nueva, docentes y alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.

---

<sup>50</sup> Gaitán Moya, Piñuel Raigada, Técnicas de Investigación en Comunicación Social. Pág. 40

<sup>51</sup> Cabezas Horacio, Metodología de la Investigación, 2006, p 55

<sup>52</sup> Ramos Padilla, Carlos G. La comunicación un punto de vista organizacional, 1991, pág. 30

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado

Locutor. Erick David Donis V  
Entrevista

Nombre de la Empresa: Liceo Técnico de Villa Nueva.  
Nombre del Entrevistado: Licenciada Iris Maricló Morales Luna.  
Puesto que desempeña: Directora del establecimiento.

**1. ¿De qué sirve tener un set de televisión y una cabina de audio en la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación?**

“La carrera es una base para el ingreso en la Universidad a la carrera de Ciencias de la Comunicación, dentro del pensum de estudio que el ministerio de educación ha autorizado, no existe un curso que enfoque el área de locución y televisión. La necesidad de mejorar la calidad educativa de esta carrera, nos ha hecho implementar estos cursos prácticos y por consiguiente se necesita del recurso adecuado para explotar las habilidades de los estudiantes.”

**2. ¿Qué se espera con la implementación de un programa de radio y de televisión?**

“Poner en práctica los conocimientos, que han adquirido los alumnos y que esto ayuda a perder el miedo o pánico escénico, conocer y explotar las habilidades y talentos de los estudiantes.”

**3. ¿Cree que es importante que hayan guiones establecidos en la institución?**

“Si es necesario, debido a que la improvisación es enemigo de un trabajo exitoso, y para la institución se tiene una recopilación del trabajo, que en un futuro sirve de base y continuidad para mejorar el trabajo, que se ha hecho en los programas, además de formar parte de la historia del establecimiento y sus progresos.”

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado

Locutor Erick David Donis V.  
Entrevista

Nombre de la Empresa: Liceo Técnico de Villa Nueva.  
Nombre del Entrevistado: Licenciada Celeste Cabrera.  
Puesto que desempeña: Docente de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.

**1. ¿Por qué tener un set de televisión y una cabina de audio en la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación?**

“Es importante usar un set de televisión y una cabina, porque el aprendizaje con los estudiantes tiene que ser vivencial y por medio de la experiencia lo van a obtener ellos, la teoría es muy buena pero la práctica es mejor.”

**2. ¿Qué se espera con la implementación de un programa de radio y de televisión?**

“Cuando ellos realizan un programa, se espera que aprendan a seguir cada uno de los formatos, cada programa que hacen lleva un formato diferente donde ellos van a ir aprendiéndose el formato y se espera que los errores que se cometan se puedan corregir y en un futuro hacerlo mejor.”

**3. ¿Cree que es importante que hayan guiones establecidos en la institución?**

“Creo que es importante un guion en la institución, ya que hay varios guiones, y cuando se cambien docentes van a traer el guion que el como profesional utiliza, o el que él aprendió, no se les va a llevar un guion establecido, entonces yo considero que es importante, porque venga un docente o se valla otro siempre se va a tener una guía con la cual trabajar.”

Universidad de San Carlos de Guatemala.  
Escuela de Ciencias de la Comunicación.  
Ejercicio Profesional Supervisado.

Locutor Erick David Donis V.  
Entrevista

Nombre de la Empresa: Liceo Técnico de Villa Nueva.  
Nombre del Entrevistado: Karla González.  
Puesto que desempeña: Estudiante de la carrera de  
Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.

**1. ¿De qué sirve tener un set de televisión y una cabina de audio en la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación?**

“Creo que es importante usar un set y cabina, ya que nosotros mismos aprendemos, tanto escrito como al ponerlo en práctica, en la cabina podemos aprender demasiadas cosas, que en otros lugares no podemos aprender, e igual en el set de televisión, ya que ponemos en práctica las cosas que los profesores nos han enseñado.”

**2. ¿Qué se espera con la implementación de un programa de radio y de televisión?**

“Espero aprender de los profesores, cuando me enseñan no solo la teoría sino la práctica, en un programa siempre se espera aprender lo que es en realidad un programa en vivo, en un programa ya transmitido en televisión y desenvolverme mejor.”

**3. ¿Cree que es importante que hayan guiones establecidos en la institución?**

“Si es muy importante que haya guiones, ya que las personas se tienen que guiar de un guion, es bueno improvisar, pero también se debe contar con un guion para no perder el hilo del programa.”

### **2.4.3 Encuesta**

La encuesta es una técnica basada en entrevistas, a un número considerable de personas, utilizando cuestionarios, que mediante preguntas, efectuadas en forma personal, telefónica, o correo, permiten indagar las características, opiniones, vida, situación ocupacional, cultural etcétera, dentro de una comunidad determinada.<sup>53</sup>

Es una lista de preguntas escritas que orientan un conjunto de posibles respuestas. Se trata de un método empírico de investigación que supone la elaboración de un cuestionario, cuya aplicación masiva permite conocer las opiniones que sobre determinados asuntos poseen las personas seleccionadas en la muestra.<sup>54</sup>

#### **2.4.3.1 Tipos de encuesta**

##### **2.4.3.1.1 Encuesta social**

Es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación.

##### **2.4.3.1.2 Encuesta Descriptiva**

Tiene como objetivos principales, describir la distribución de una o más variables en el total del colectivo objeto de estudio, o en una muestra del mismo.

##### **2.4.3.1.3 Encuesta Explicativa**

Busca la explicación de un fenómeno mediante el análisis de su relación con una o más causas de ese fenómeno.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup><http://deconceptos.com/ciencias-sociales/encuesta>

<sup>54</sup> Cabezas Horacio, Metodología de la Investigación, 2006, p 52

<sup>55</sup> Briones Guillermo, Métodos y Técnicas de Investigación para Ciencias Sociales. 2003, p. 99-105

### **2.4.3.2 Cuestionario**

Es el componente principal de una encuesta, su contribución es más bien la expresión de la experiencia y el sentido común del investigador.<sup>56</sup>

Es un sistema de preguntas que demandan respuestas cerradas, abiertas o semi-abiertas, según sea el caso.<sup>57</sup>

### **2.4.4 Fórmula aplicada a la población**

La fórmula a utilizar es de la muestra Finita, sin embargo para este estudio se tomó como muestra el total de la población, que representa a 100 alumnos inscritos en la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación del Liceo Técnico de Villa Nueva para el año 2015, distribuidos en estudiantes de 4to grado y de 5to grado.

### **2.4.5 Descripción de la fórmula**

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" o sea el número total.

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**Dónde:**

- **N = Total de la población**
- **Z $\alpha$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)**
- **p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)**
- **q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)**
- **d = precisión (5%).**

---

<sup>56</sup> Briones Guillermo, Métodos y Técnicas de Investigación para Ciencias Sociales. 2003, p. 99-105

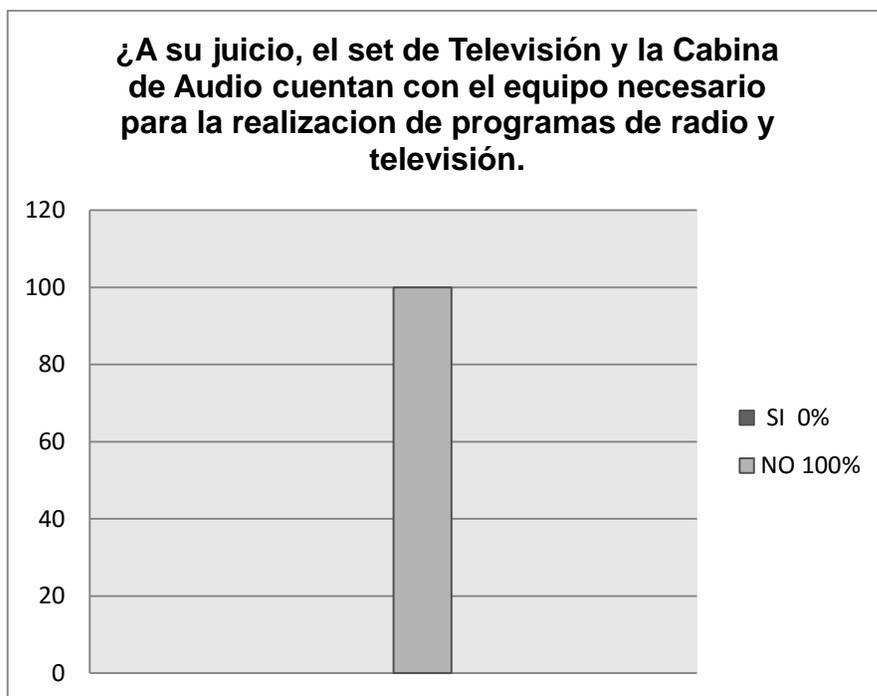
<sup>57</sup> Cabezas Horacio, Metodología de la Investigación, 2006, p 52

2.5 Cronograma de actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA AÑO 2015.											
	DESCRIPCION DE ACTIVIDADES.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV
Convocatoria a EPS.												
Curso Propedéutico EPS Licenciatura.												
Inicio de EPSL.												
Construcción del Diagnostico (cap. I)												
Observación del objeto de estudio.												
Entrega del Capítulo I.												
Análisis de resultados del Diagnostico (cap. II)												
Encuestas.												
Entrevistas a Ejecutivos.												
Entrega del Capítulo II.												
Etapa Propedéutica del Plan de Comunicación.												
Elaboración de Propuestas de Comunicación (cap III).												
Entrega del Capítulo III												
Practica Supervisada (Ejecución del Plan de Comunicación)												
Entrega de Informe Final.												
Cambios al Informe Final.												
Entrega del Informe Final con correcciones.												
Examen Profesional de EPS.												
Acto de Graduación.												

## 2.6 Presentación de resultados.

Gráfica 1

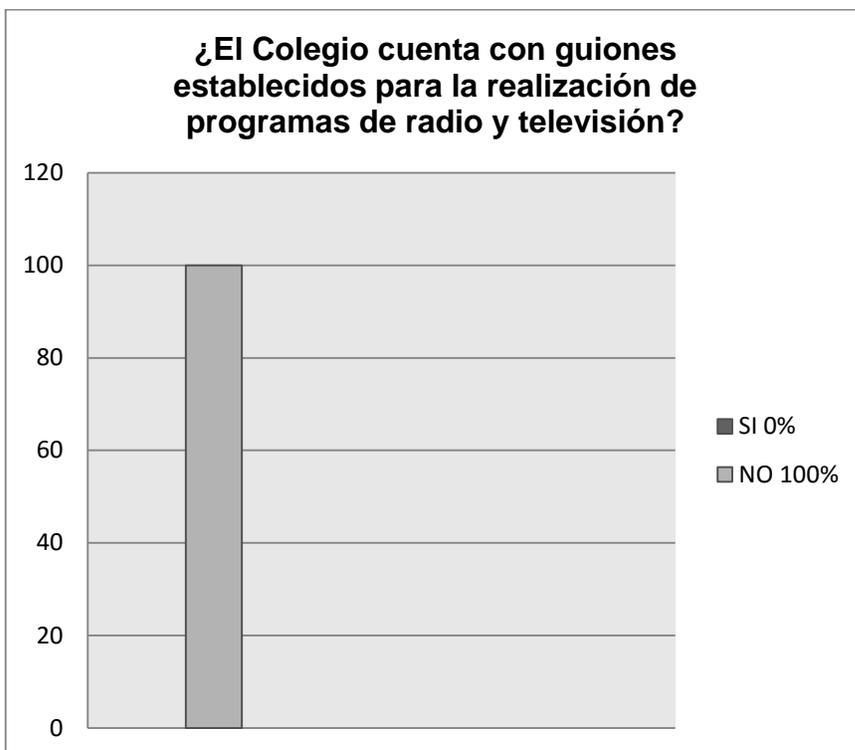


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa 100%
La respuesta de 0 estudiantes es SI	Representa el 0%
La respuesta de 100 estudiantes es NO	Representa el 100%

De las 100 personas encuestadas un total de 100 estudiantes de 4to y 5to Bachillerato en Comunicación, aducen que el establecimiento no cuenta con el equipo necesario para la realización de programas de radio y televisión.

**Gráfica 2**

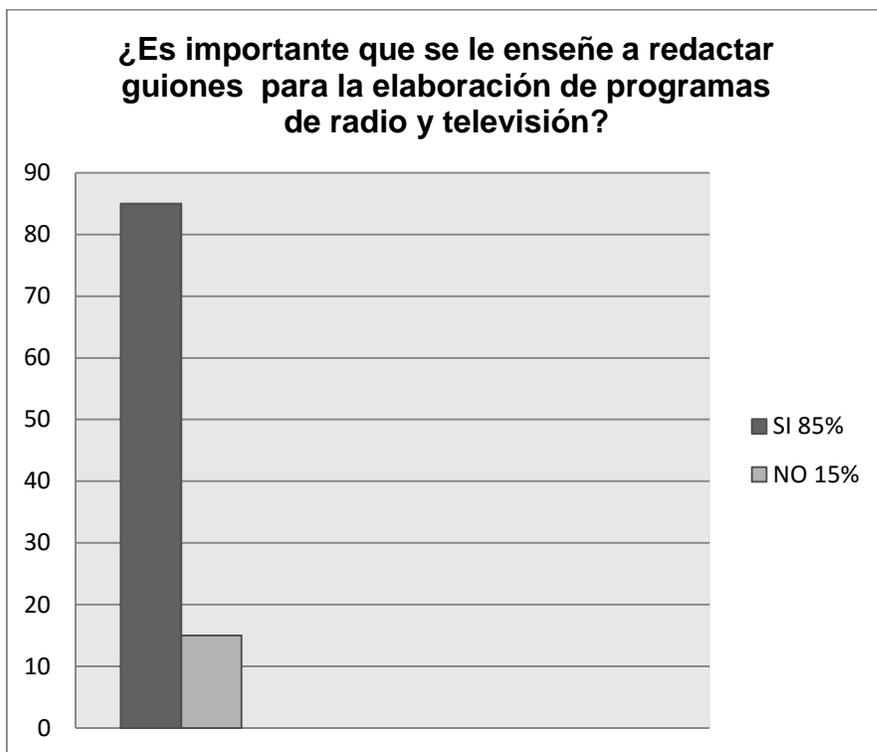


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa 100%
La respuesta de 0 estudiantes es SI	Representa el 0%
La respuesta de 100 estudiantes es NO	Representa el 100%

En tabla se puede apreciar que un total de 100 encuestados, contestaron que el Colegio no cuenta con Guiones establecidos para realizar programas de radio y televisión.

**Gráfica 3**

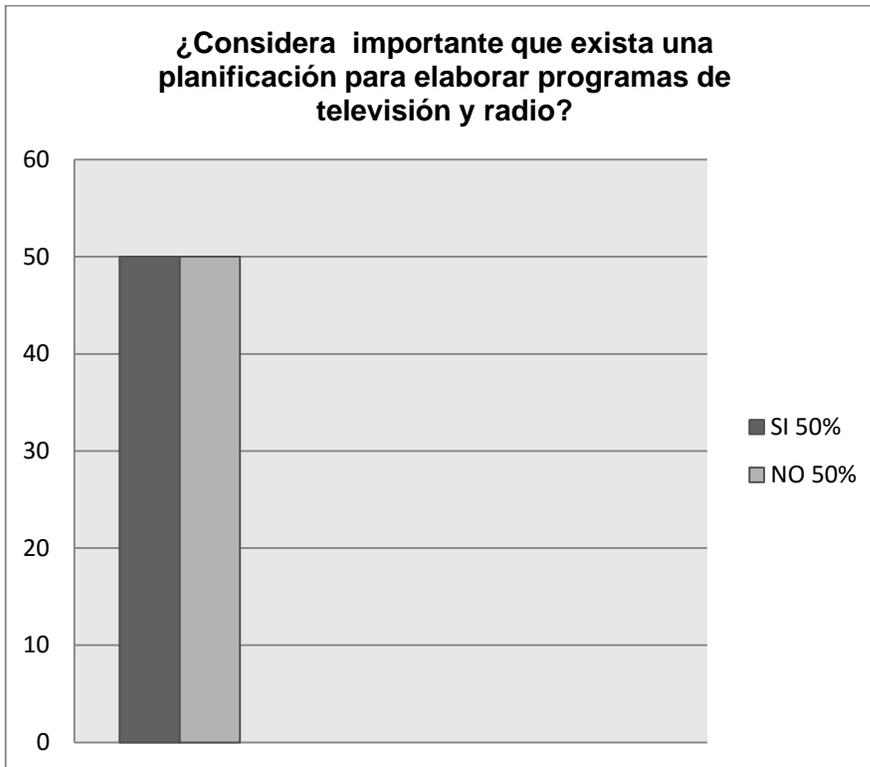


**Fuente: elaboración propia.**

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa el 100%
La respuesta de 85 estudiantes es SI	Representa el 85%
La respuesta de 15 estudiantes es NO	Representa el 15%

85 estudiantes de 4to y 5to Bachillerato en Ciencias de la Comunicación dieron respuesta asertiva a que es importante que se le enseñe a redactar guiones para la elaboración de programas de radio y televisión, mientras que 15 estudiantes respondieron que no es importante.

**Gráfica 4**

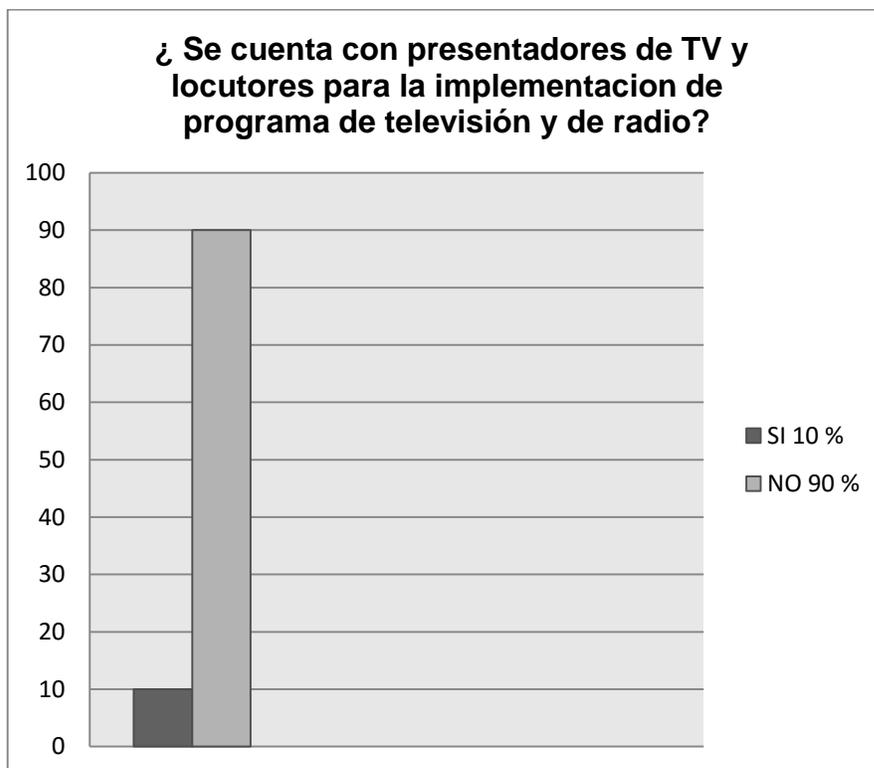


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa	100%
La respuesta de 50 estudiantes es SI	Representa el	50%
La respuesta de 50 estudiantes es NO	Representa el	50%

Del total de encuestados 50 estudiantes consideran como importante exista una planificación para la elaboración de programas de radio y televisión mientras que 50 estudiantes no lo consideran importante la planificación.

**Gráfica 5**

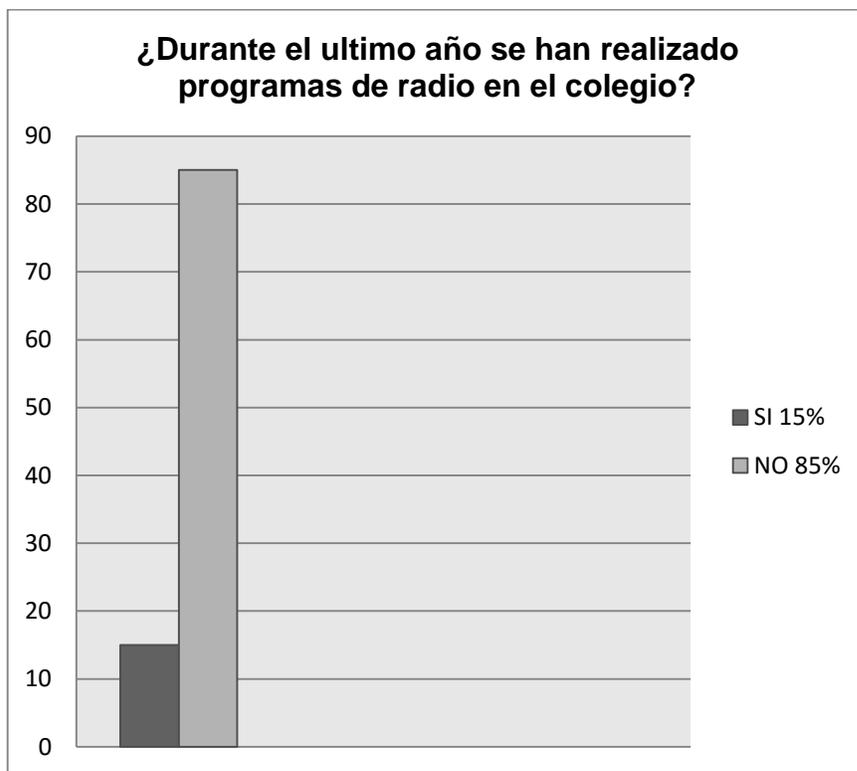


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa 100%
La respuesta de 10 estudiantes es SI	Representa el 10%
La respuesta de 90 estudiantes es NO	Representa el 90%

En la tabla se puede observar que 10 estudiantes de 4to Bachillerato y de 5to aducen que en el establecimiento si se cuenta con presentadores de televisión, y locutores, mientras que 90 estudiantes respondieron que no se cuenta con presentadores para la implementación de programas de televisión ni con locutores para programa de radio.

**Gráfica 6**

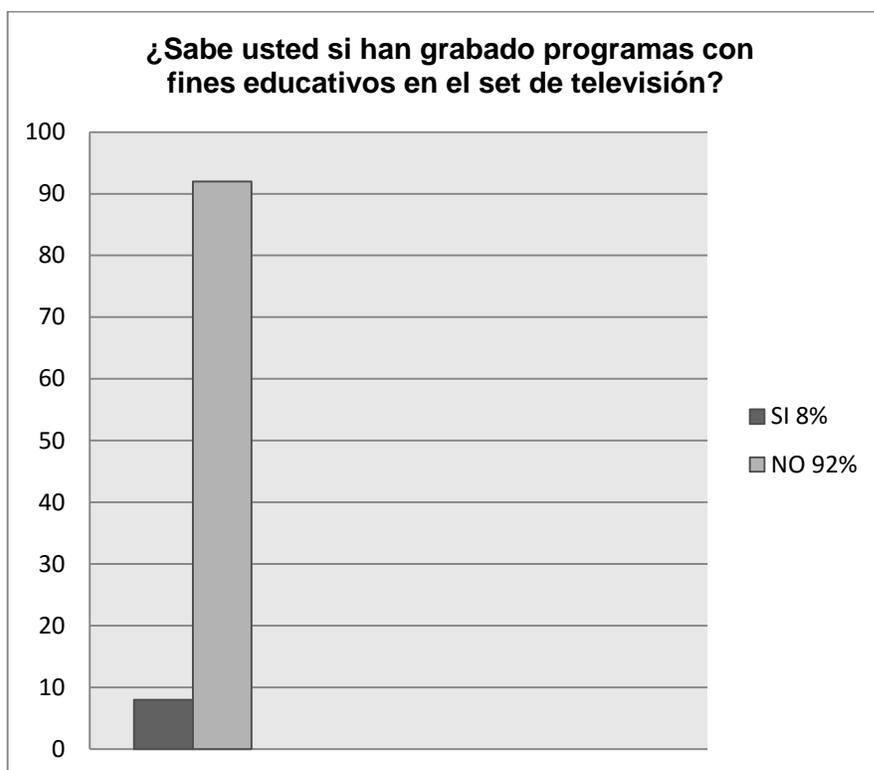


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa 100%
La respuesta de 15 estudiantes es SI	Representa el 15%
La respuesta de 85 estudiantes es NO	Representa el 85%

En esta grafica se puede observar que la respuesta de 85 estudiantes de 4to y de 5to aducen que durante el último año no se ha realizado programas de radio en el establecimientos, mientras que 15 estudiantes respondieron que si se habían realizado programas de radio durante el último año.

**Gráfica 7**

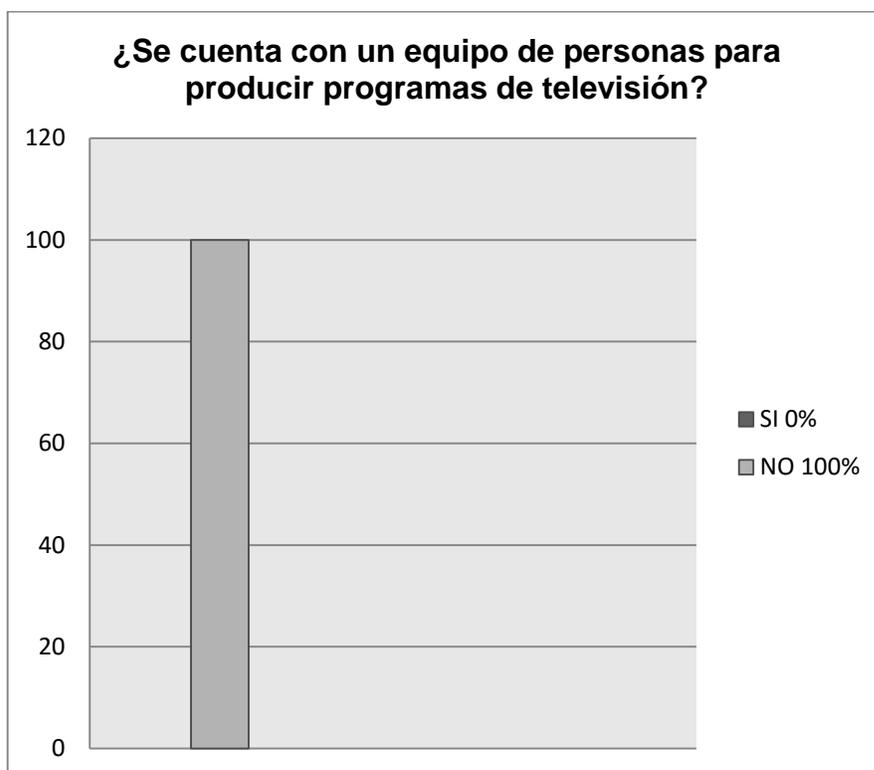


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa 100%
La respuesta de 8 estudiantes es SI	Representa el 8%
La respuesta de 92 estudiantes es NO	Representa el 92%

La respuesta de 8 estudiantes de 4to y 5to Bachillerato en Ciencias de la Comunicación dicen saber que si han grabado programas de televisión con fines educativos, en tanto que 92 estudiantes respondieron que no se han grabado programas con fines educativos.

**Gráfica 8**

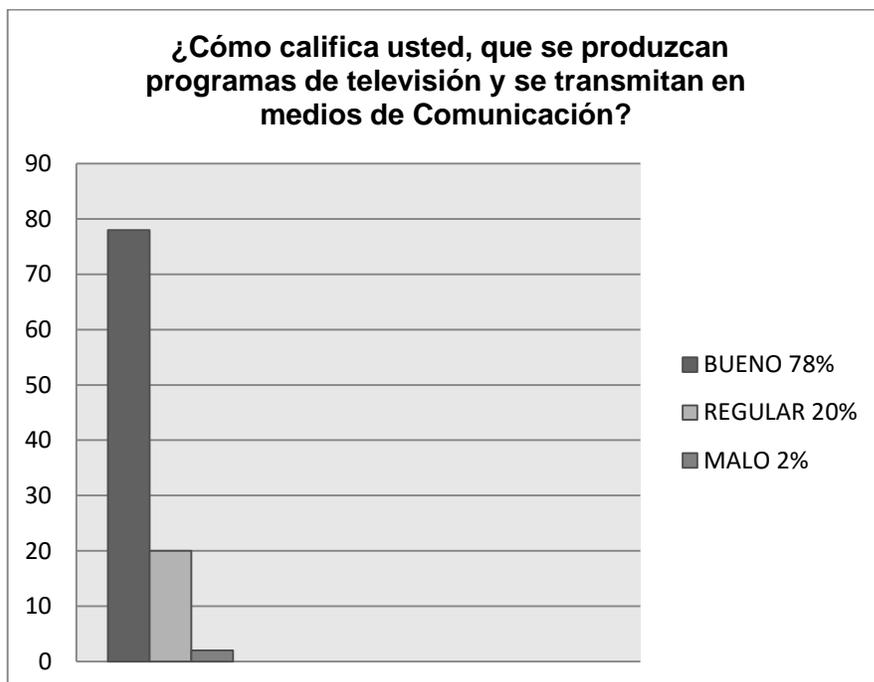


Fuente: elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa 100%
La respuesta de 0 estudiantes es SI	Representa el 0%
La respuesta de 100 estudiantes es NO	Representa el 100%

En la tabla anterior se puede observar que el total de encuestados que representan un 100% respondieron que en el establecimiento no se cuenta con un equipo de personas para producir programas de televisión.

**Gráfica 9**

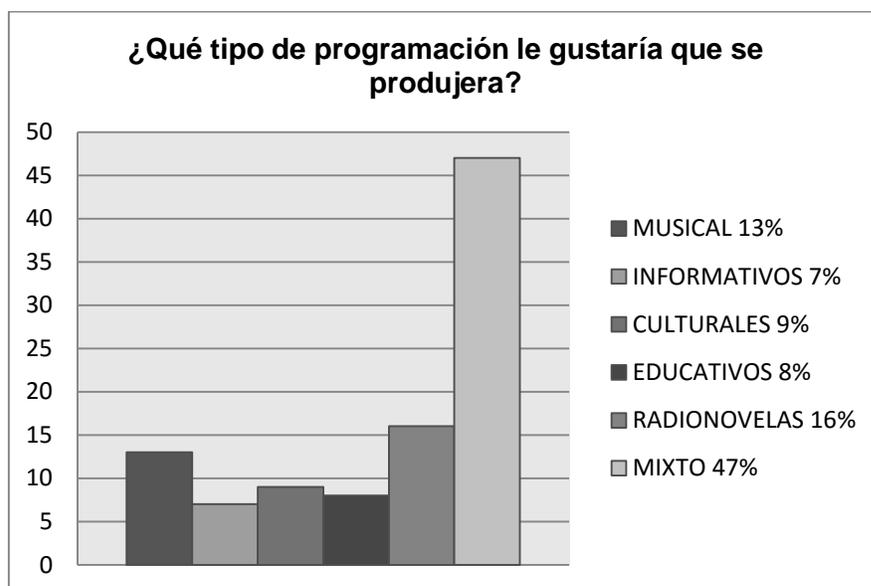


**Fuente:** elaboración propia.

La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	Representa el 100%
La respuesta de 78 estudiantes es BUENO.	Representa el 78%
La respuesta de 20 estudiantes es REGULAR.	Representa el 20%
La respuesta de 2 estudiantes es MALO.	Representa el 2 %

En la gráfica podemos observar que 2 estudiantes califican como malo que los estudiantes produzcan programas de radio y de televisión, y que 20 estudiantes de 4to y 5to consideran como regular el que los estudiantes produzcan programas, en contraposición con 78 estudiantes de 4to y 5to que califican como bueno que se produzcan programas de radio y televisión por estudiantes de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.

**Gráfica 10**



**Fuente:** elaboración propia.

<b>La muestra fue de 100 personas entre estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.</b>	<b>Representa el 100%</b>
<b>La respuesta de 13 estudiantes es MUSICAL</b>	<b>Representa el 13%</b>
<b>La respuesta de 7 estudiantes es INFORMATIVOS</b>	<b>Representa el 7%</b>
<b>La respuesta de 9 estudiantes es CULTURALES</b>	<b>Representa el 9%</b>
<b>La respuesta de 8 estudiantes es EDUCATIVOS</b>	<b>Representa el 8%</b>
<b>La respuesta de 16 estudiantes es RADIONOVELAS</b>	<b>Representa el 16%</b>
<b>La respuesta de 47 estudiantes es MIXTO</b>	<b>Representa el 47%</b>

En la tabla se observa que 47 estudiantes de 4to Y 5to les gustaría que se produjera programación de contenido mixto, que 16 estudiantes de 4to y 5to les gustaría que fueran radionovelas, 8 estudiantes de 4to y 5to les gustaría que fueran formatos educativos, los formatos culturales fueron marcados por 9 estudiantes de 4to y 5to 7 estudiantes de 4to y 5to responden que les gustaría que se produjeran formatos informativos y 13 estudiantes de 4to y 5to Bachillerato les gustaría que el formato fuera Musical, además de hacer la observación que les gustaría que se produjeran también cómicos, deportivos, de arte, juegos y de entretenimiento juvenil.

## **2.7 Conclusiones de la investigación**

- ✓ El método científico fue el método de investigación que se utilizó en este diagnóstico, debido a las etapas que conlleva este método y que fueron aplicadas al diagnóstico.
- ✓ La Comunicación Organizacional gira en torno a lo interno de una empresa ya que en ella interactúan entre sí un grupo de personas que mantienen determinadas relaciones sociales y laborales.
- ✓ Por la modalidad de la investigación, para la realización del diagnóstico se tomó en cuenta la investigación descriptiva e investigación de campo.

## **CAPITULO III**

### **PROPUESTA DE COMUNICACIÓN**

#### **3.1 Plan de Comunicación**

Es un documento que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa.<sup>58</sup>

Dado a que el resultado del diagnóstico realizado a directora, docentes y estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, nos da como resultado la carencia en algunos aspectos con referencia a programa de radio y televisión que impide que se tenga adecuada comunicación externa.

Ya que en la investigación previa se evidencian algunas falencias en el establecimiento, se plantean una serie de estrategias que tienen como finalidad contribuir en el fortalecimiento de la comunicación externa del Liceo Técnico de Villa Nueva.

Con el plan de comunicación externa se fortalecerá el aprendizaje de los estudiantes de 4to y 5to grado de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, de dicha institución educativa.

---

<sup>58</sup>Gestión de la comunicación en las organizaciones. Ariel comunicación. 2004.

## **3.2 Objetivos de la Propuesta**

### **3.2.1 General**

- ✓ Generar conocimiento en cuanto a la implementación de la programación de radio y televisión por parte de alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación del Liceo Técnico de Villa Nueva.

### **3.2.2 Específicos**

- ✓ Mejorar el recurso técnico en la cabina de audio y set de televisión.
- ✓ Fortalecer la producción de radio y televisión para los estudiantes de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.
- ✓ Realizar programa de televisión para que la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación del Liceo Técnico de Villa Nueva sea conocida.

## **3.3 Mensaje Clave**

Para ser entes productivos debemos planificar y poner en práctica nuestra creatividad, ideas, sueños y metas.

## **3.4 Público Objetivo**

100 Estudiantes de 4to y 5to grados de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación del Liceo Técnico de Villa Nueva.

### **3.5 Descripción de la propuesta**

#### **3.5.1 Equipo Técnico**

Adquirir equipo técnico de grabación como:

Reflectores, un micrófono de solapa, un micrófono de escopeta, equipo de iluminación, sombrillas, un trípode, croma verde de cuatro metros de ancho por seis metros de largo y 12 metros cuadrados de esponja aisladora de sonido, un juego de sala.

#### **3.5.2 Talleres**

Llevar a cabo dos talleres de dos horas impartidos por un licenciado en Ciencias de la Comunicación, cuyos temas son: redacción de Guiones para radio y para televisión.

#### **3.5.3 Guía de Guiones para Radio y Televisión**

Establecer un machote de guion para radio y un machote de guion para televisión en hojas bond tamaño oficio, con todas las directrices de los diferentes segmentos.

#### **3.5.4 Programa de Radio**

Establecer un programa de radio de 30 minutos con diferentes segmentos de temática educativa.

#### **3.5.5 Programa de Televisión**

Implementar un programa de televisión de una hora con diferentes segmentos con temática educativa.

#### **3.5.6 Audiciones para locutores y presentadores**

Convocar a los estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación a un proceso de audiciones de dos fases, para contar con un equipo que reúna las características y habilidades de presentadores, y locutores para la implementación de programa de tv y radio.

### **3.5.7 Convocatoria para conformar el equipo de producción de programa de radio y televisión**

Convocar a los estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación a una reunión de 30 minutos para luego seleccionar y contar con un equipo que reúna las características y habilidades para la implementación de equipo de producción para programa de tv y radio.

### **3.5.8 Circuito cerrado de televisión**

Implementar un circuito cerrado con pantallas de televisión de 32 pulgadas para ubicarlas en lugares donde se puedan visualizar los programas de televisión y a su vez sirva para dar a conocer información, ejemplo: cafetería, sala de maestros, recepción, coordinaciones.

### **3.5.9 Tabla de tiempos**

Establecer dos tablas de tiempos para pre producción, producción y post producción de los programas de radio y televisión, dicha tabla será impresa en papel tamaño afiche, full color.

### **3.5.10 Promoción del programa de televisión**

Con el material de televisión ya elaborado y teniendo programas grabados, se podrá llevar la propuesta a canal de Villa Nueva, y otros canales locales, así como publicarlo en la página del establecimiento y darlo a conocer en redes sociales.

### **3.6 Justificación de la propuesta**

En base al resultado, obtenido en el Liceo Técnico de Villa Nueva, por los estudiantes y docentes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, se puede establecer la necesidad de contar con equipo técnico necesario para el aprendizaje de los estudiantes y para hacer un mejor uso de la cabina de audio y set de televisión.

Así mismo al contar con equipo técnico se tiene la oportunidad de crear un programa de radio y un programa de televisión que sirva de base para nuevas experiencias, tanto para alumnos como para docentes en el establecimiento educativo.

Es importante que la programación no solo se pueda presentar dentro del establecimiento, sino pueda llevarse a otros medios de comunicación para darle continuidad y de esa forma con el tiempo posicionarse dentro del medio televisivo.

Es fundamental contar con equipo técnico para la implementación de programas de televisión y radio que tengan las condiciones óptimas para un correcto funcionamiento.

El realizar programas de televisión hará que más personas conozcan la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación y por ende más jóvenes ingresen a estudiar la carrera en el establecimiento educativo.

Contar con una planificación establecida hace que se pueda elaborar programación de forma rápida, ya que estarán establecidos los tiempos para cada segmento.

### **3.7 Estrategia para su implementación**

#### **3.7.1 Equipo Técnico**

Al contar con equipo técnico de grabación necesario dentro de la cabina de audio y set de televisión se podrá tener mejor capacidad para la enseñanza de los cursos y también el aprendizaje de los estudiantes será mejor, así como las distintas grabaciones se podrán realizar en mejores condiciones.

Se pretende adquirir equipo como: micrófonos, reflectores, equipo de iluminación, un trípode, croma, un juego de sala y esponja para que aislé el sonido externo en cabina y set de televisión.

#### **3.7.2 Talleres**

Para implementar programas de radio y de televisión es necesario que se conozca la fase de preproducción, que directamente tiene que ver con la redacción de guiones para radio y para televisión.

El implementar un taller de como redactar guiones, hará que los estudiantes se familiaricen con la redacción de los mismos y cuando otros docentes lleguen al establecimiento ya se contará con que los estudiantes sabrán cómo se redacta un guion para radio y para televisión.

Se sugiere que los talleres se lleven a cabo en los meses de junio, agosto y mes de octubre durante la primera semana del mes, de dos días, un día para redacción de guiones para radio y otro día para redacción de guiones para televisión, de 1 hora cada taller para retroalimentar el conocimiento en el estudiantado.

### **3.7.3 Guía de Guion para Radio y Televisión**

Se pretende quede establecida una guía de Guion para que sirvan de modelo para la elaboración de programas de radio y de televisión, y con esto se facilite la redacción de los mismos, ya que solo será de cambiar las ideas de un segmento anterior con las ideas del segmento de una próxima grabación.

### **3.7.4 Programa de Radio**

Al contar con un sistema de circuito cerrado de audio dentro del establecimiento, se pueden transmitir programas de radio, todos los días, de lunes a viernes a la hora de receso, para desarrollar las habilidades de los estudiantes que deseen participar en la producción y post producción del programa.

Se sugiere que la temática de la programación se cambie a cada 3 meses, para que los estudiantes, que se convierten en radio escuchas, tengan más opciones de programa, y haya rotación de locutores, mismos que saldrán de los grados de 4to y 5to Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, además se sugiere que los programas se lleven a cabo desde el mes de mayo hasta el mes de octubre.

### **3.7.5 Programa de Televisión**

Ya que el establecimiento cuenta con un set de televisión, y los estudiantes llevan un curso de televisión, valiéndose del conocimiento de programación que se tiene en teoría, se podrá implementar un programa de televisión con diferentes segmentos de temática educativa.

Se sugiere que los presentadores estén por al menos un año en temporada para que los televidentes tengan mayor recepción del programa, los estudiantes de Comunicación tengan el manejo del programa siempre bajo la supervisión de un docente, de esa manera se podrán llevar a cabo los objetivos de todo estudiante, que trata tener el mayor aprendizaje para desarrollar sus habilidades.

También se sugiere que las fases de pre producción, producción y post producción de cada programa se realicen en una semana, para tener el suficiente tiempo de revisar el material antes de darlo a conocer.

### **3.7.6 Audiciones para locutores y presentadores**

Se necesita hacer un proceso de Audiciones para conocer habilidades, y poder seleccionar un equipo que reúna las características y habilidades de un presentador y un locutor para los programas de radio y televisión.

Se sugiere que se realicen dos audiciones, uno para televisión y otro para radio, de dos etapas cada audición, cada uno se desarrollara en el set de televisión y cabina de audio, cada audición se deberá desarrollar en la misma semana, un día para cada etapa, esto servirá para verificar el desarrollo del estudiantes que desea participar.

Cada etapa de 10 minutos donde el estudiante, se presente, dé a conocer sus hobbies, y presente un segmento, de la bienvenida a otro segmento, dramatice, baile, cante, y realice cambios de vestuarios.

Además también se sugiere que se realicen audiciones bajo la misma temática cada tres meses, para tener personal, cuando se tome la decisión de cambiar de segmento, o de presentadores o locutores, o bien cuando algún presentador o locutor ya no pueda continuar conduciendo un segmento del programa.

La personas que dirijan las audiciones deben ser las personas encargadas de la producción, y un representante de la dirección del establecimiento ya sea otro docente de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, o algún coordinador o director (a).

### **3.7.7 Convocatoria para conformar el equipo de Producción de programa de radio y televisión**

Se necesita conformar un equipo de producción para el programa de radio y para el programa de televisión, para ello se sugiere convocar a una reunión a los estudiantes de los grados de 4to y 5to Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, que deseen conformar el equipo.

Dicha reunión se realizará con el fin de conocer habilidades que los estudiantes tienen, con respecto a las fases de pre producción, producción y post producción de los diferentes programas tanto el de radio como el de televisión, ya que las personas que conformen el equipo serán los encargados de la programación de los mismos, en las diferentes áreas fungiendo como: guionistas, camarógrafos, fotógrafos, maquillistas, encargados de segmentos entre otros.

Se sugiere que las personas que conforman el equipo estén en constante capacitación para mejorar las fases de producción del programa de radio y el de televisión, además de realizar dicha convocatoria cada 3 meses para sumar más personas que deseen aprender, para que el equipo siempre este conformado, y no se detenga la producción debido a que falte alguno de encargados, guionistas, camarógrafos, editores etc.

### **3.7.8 Circuito cerrado de Televisión**

Contar con pantallas dentro de lugares específicos como recepción, cafetería, contabilidad y salas de maestros, permitirá dar a conocer los programas de televisión grabados, y que los estudiantes, visitantes o padres de familia puedan ver dichos programas o información, mientras esperan a ser atendidos por la recepcionista, docentes, directora, etc.

Se sugiere que la programación sea únicamente de las actividades del establecimiento, información, programación elaborada por los estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.

También que la información que se presente sea lo más clara que se pueda, además puede servir para comunicación interna es decir hacer recordatorio de actividades para docentes, felicitaciones de cumpleaños etc.

### **3.7.9 Tabla de Tiempos**

El establecer una tabla de tiempos para la pre producción, producción y post producción de los programas de radio y televisión hará que se puedan distribuir tiempos específicos para cada asignación y servirá para que cada encargado mida el tiempo de las fases de producción tanto del programa de radio como del programa de televisión.

Se sugiere que la tabla constantemente se revise para no caer en desuso de la misma.

### **3.7.10 Promoción del programa de televisión**

Al contar con el material ya elaborado, se tendrá la oportunidad de dar a conocer el talento de los jóvenes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación, así mismo darle publicidad de forma indirecta al establecimiento educativo, y por ende a la carrera, es decir hacer uso de la comunicación externa.

Se sugiere que los programas se presenten a los directivos de canales de cable o canales locales, ya sea con ayuda de patrocinadores o bien con gastos del establecimiento, y se presente una vez a la semana mientras adquiere mayor rating para cambiar los días de presentación.

### 3.8 Recursos a utilizar

Recurso Humano	Recurso Financiero	Recurso Material
Directores Docentes Alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.	El establecimiento da una parte del presupuesto y la otra parte, se hacen actividades para obtener fondos y así cubrir gastos de equipo.	Equipo técnico Equipo Audio-visual. Set de televisión. Cabina de audio.

### 3.9 Presupuesto

Cantidad.	Descripción.	Costos
1	Micrófono de solapa	Q. 200.00
1	Micrófono de escopeta	Q. 450.00
1	Kit de iluminación.	Q. 1550.00
1	Juego de sala	Q. 2500.00
1	Trípode	Q. 700.00
18 mt2	Esfonja para eliminar el ruido externo	Q. 2286.00
300	Cartones de huevo	Q. 150.00
3	Galones de pegamento	Q. 280.00
1	Galón de tyner	Q. 80.00
3	Brochas	Q. 30.00
3	Galones de pintura	Q. 1983.75
1	Lavado de chroma verde	Q. 50.00
1	Estructura metálica para chroma	Q. 550.00
1	Carrito para movimiento de cámara	Q. 350.00
1	Grabadora de sonido	Q. 350.00
1	Tallerista para 3 meses	Q. 1500.00
200	Hojas de papel bond tamaño oficio	Q. 120.00
1	Productor de radio	Q. 3000.00
1	Productor de televisión.	Q. 4000.00
1	Pantalla LG 40 plgs.	Q. 3000.00
2	Afiches	Q. 40.00
<b>TOTAL</b>		<b>Q.23,169.75</b>

### 3.10 Cronograma de Ejecución

Actividad	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Adquirir equipo técnico y colocarlo.	■	■																						
2 Enviar el croma a la lavandería, colocarlo.		■																						
3 Pegar cartones de Huevo en la cabina de audio.			■	■	■	■	■																	
4 Pintar cabina de audio.																						■		
5 Talleres de redacción de Guiones para radio					■								■								■			
6 Talleres de redacción de Guiones para televisión.					■								■								■			
7 Elaboración de guía de Guion para radio y televisión.										■														
8 Elaboración de Tabla de Tiempo.									■															
9 Casting para locutores.							■	■									■	■						
10 Casting para presentadores.									■	■											■	■		



## **CAPITULO IV**

### **CONTROL Y SEGUIMIENTO**

#### **4.1 Ejecución de Propuestas**

##### **4.1.1 Equipo Técnico**



Fuente: elaboración propia

Se hizo entrega de equipo técnico a la directora del establecimiento.



Fuente: elaboración propia

Con ayuda de los estudiantes se colocó el equipo nuevo en el set de televisión.

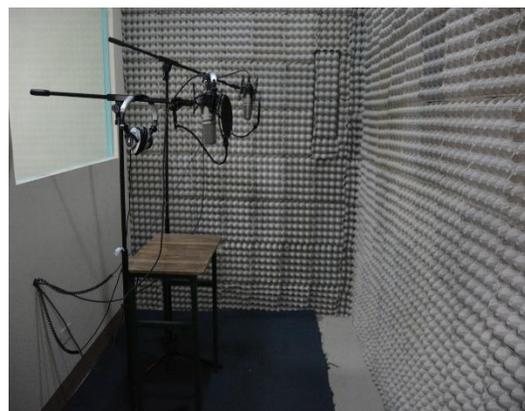


Fuente: elaboración propia

Se quitó el croma, para mandarlo a la lavandería y luego colocarlo sobre una base metálica.



Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

Se pegaron los cartones de huevo en los muros de la cabina de audio.

#### **4.1.2 Talleres**



Radio:	Comunicación LITEC
Programa:	HORA DE RECESO
Hora:	10:20
Fecha:	Lunes a Viernes
Duración:	30 minutos
Redactor:	Enck Donis
Locutor 1:	Martel Palma,
Locutor 2:	Alvin González,
Locutor 3:	Anjón
Control:	Enck Donis

CONTROL	Track No. 1	Entrada Grabada	(30 segundos)
LOCUTOR 1	1	.....	
	2	.....	
	3	.....	
	4	.....	
	5	.....	
	6	.....	
	7	.....	
	8	.....	
	9	.....	

CONTROL	Track No. 2	Música	(40 minutos)
LOCUTOR 2	10	.....	
	11	.....	
	12	.....	
	13	.....	
	14	.....	
	15	.....	
	16	.....	
	17	.....	

CONTROL	Track No. 3	Música	(4 minutos)
LOCUTOR 3	1	.....	
	2	.....	
	3	.....	
	4	.....	
	5	.....	
	6	.....	
	7	.....	
	8	.....	

CONTROL	Track No. 4	Música	(4 minutos)
LOCUTOR 1	9	.....	
	10	.....	
	11	.....	
LOCUTOR 2	12	.....	
	13	.....	
	14	.....	
LOCUTOR 3	15	.....	
	16	.....	

CONTROL	Track No. 5	Música	(4 minutos)
LOCUTOR 1	17	.....	
	18	.....	
	19	.....	
	20	.....	
	21	.....	
	22	.....	

Fuente: elaboración propia

Ejemplo de guion para programa de radio, usado en la implementación de la estrategia.

#### 4.1.4 Programa de radio



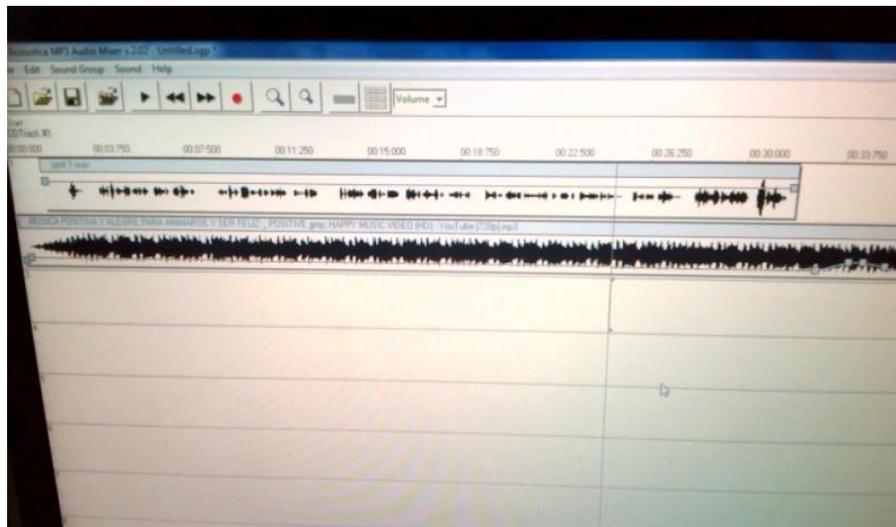
Fuente: elaboración propia

Los alumnos en grabación de programa.



Fuente: elaboración propia

Alumnos del establecimiento grabando programa de radio en cabina de audio.



Fuente: elaboración propia

Edición del programa de radio.

#### 4.1.5 Programa de televisión



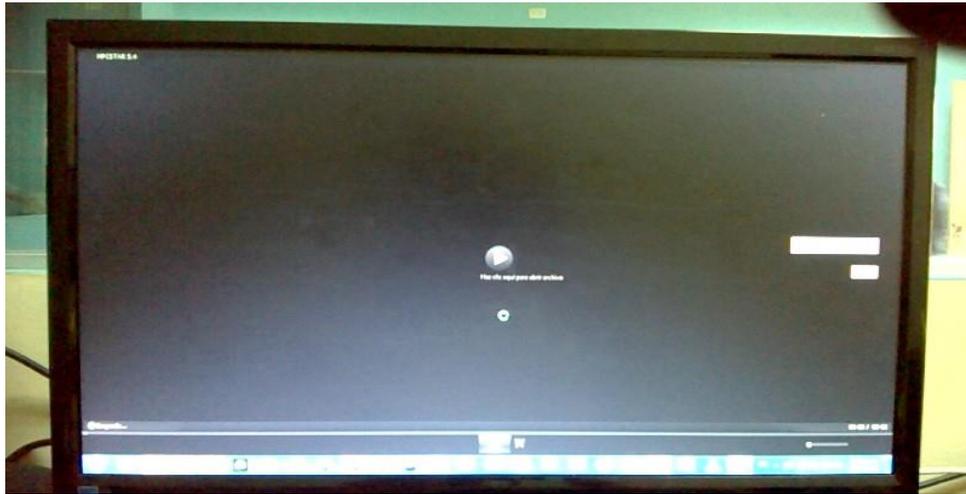
Fuente: elaboración propia

Alumnos en la grabación del programa de televisión.



Fuente: elaboración propia

Alumnos grabando uno de los segmentos del programa.



Fuente: elaboración propia

Edición del programa de televisión.

#### **4.1.6 Audiciones para locutores y presentadores**



Fuente: elaboración propia

Audición para presentadoras del programa de televisión.



Fuente: elaboración propia

Audición para presentadora del programa de televisión.



Fuente: elaboración propia

Audición para locutores del programa de radio.

#### **4.1.7 Convocatoria para conformar el equipo de producción de programa de radio y televisión**



Fuente: elaboración propia

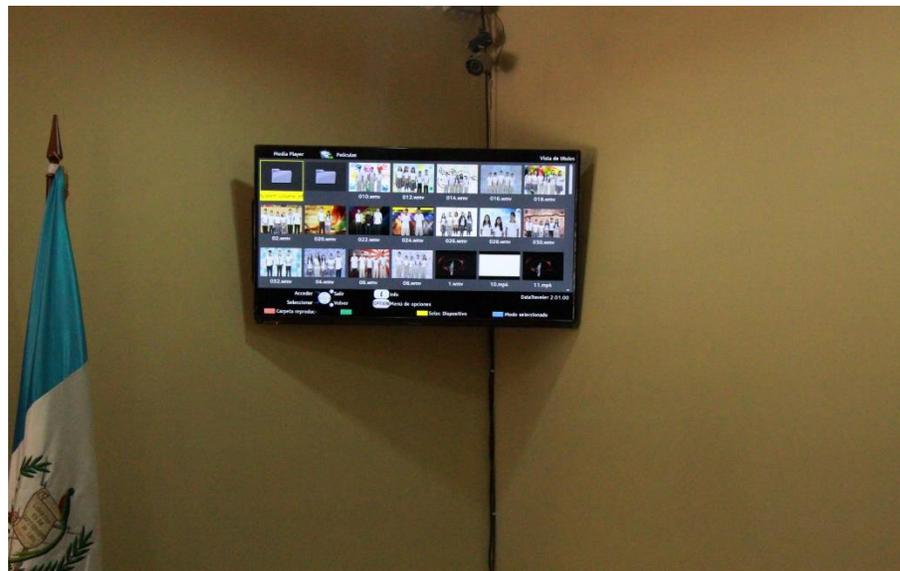
Equipo de producción del programa de radio y de televisión.



Fuente: elaboración propia

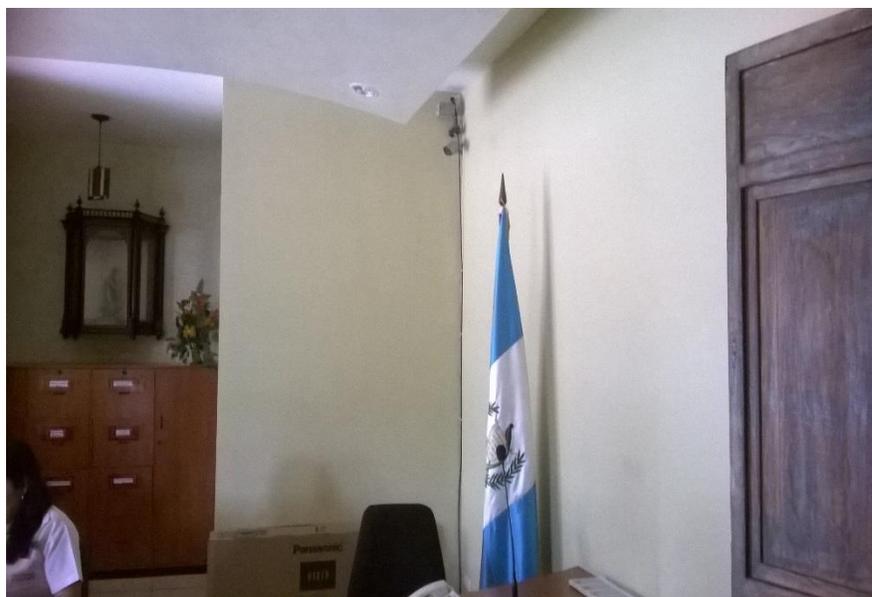
Reunión con estudiantes que forman parte de la producción del programa.

#### 4.1.8 Circuito cerrado de televisión



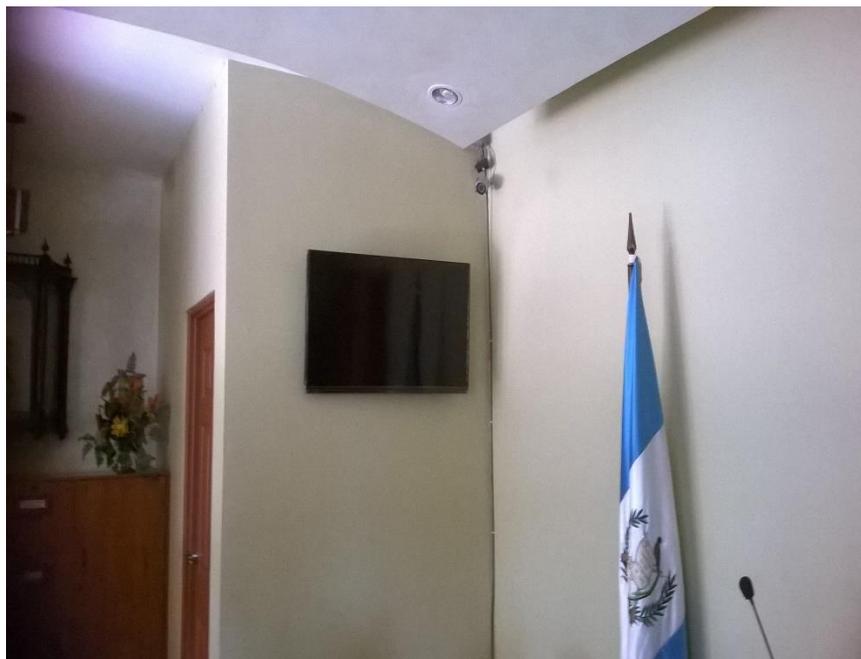
Fuente: elaboración propia

Pantalla de tv en recepción ya con programación.



Fuente: elaboración propia

Recepción antes de colocar la pantalla de tv.



Fuente: elaboración propia

Recepción ya con pantalla de televisión colocada.

#### 4.2.9 Tabla de tiempos

**TABLA DE TIEMPOS**

*Programa de televisión Huella 360°*

<i>LUNES</i>	<i>MARTES</i>	<i>MIÉRCOLES</i>	<i>JUEVES</i>	<i>VIERNES</i>
<i>Pre-producción.</i>	<i>Producción.</i>	<i>Producción.</i>	<i>Post-Producción.</i>	<i>Post-Producción.</i>
<i>Redacción de Guiones, Revisión de Guiones Lluvia de ideas para contenidos.</i>	<i>Ensayo Revisión de vestuario, maquillaje. Grabación</i>	<i>Ensayo Revisión de vestuario, maquillaje. Grabación.</i>	<i>Revisión de material grabado y edición</i>	<i>Revisión de material grabado y edición</i>

Fuente: elaboración propia

Tabla con las actividades que se deben realizar en la producción del programa de televisión.

**TABLA DE TIEMPOS**

**Programa de radio "Hora de Receso"**

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Pre-producción y producción.				
Redacción y revisión de Guiones, Grabación.				

Fuente: elaboración propia

Tabla con las actividades que se deben realizar en la producción del programa de radio.

## 4.2 Descripción de materiales utilizados

### 4.2.1 Equipo Técnico

Se adquirió el equipo técnico de grabación sugerido como:

Reflectores, 1 micrófono de solapa, 1 micrófono de escopeta, equipo de iluminación, sombrillas, un trípode, croma verde de 4 metros de ancho por 6 metros de largo y 12 metros cuadrados de esponja aisladora de sonido, un juego de sala.

### 4.2.2 Talleres

Se logró llevar a cabo 2 talleres de 2 horas cuyos temas fueron: redacción de Guiones para radio y para televisión.

### 4.2.3 Guía de Guion para Radio y para Televisión

Se estableció 1 machote de guion para radio y 1 machote de storyboard para televisión en hojas bond tamaño oficio, con todas las directrices de los diferentes segmentos.

### 4.2.4 Programa de radio

Establecer un programa de radio de 30 minutos con diferentes segmentos de temática educativa.

#### **4.2.5 Programa de televisión**

Se logró realizar la grabación de un programa de televisión de 1 hora con diferentes segmentos con temática educativa.

#### **4.2.6 Audiciones para locutores y presentadores**

Se convocó a los estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación a un proceso de Casting de 2 fases, para contar con un equipo que reuniera las características y habilidades de presentadores, y locutores para la implementación de programa de tv y radio.

#### **4.2.7 Convocatoria para conformar el equipo de producción de programa de radio y televisión**

Se convocó a los estudiantes de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación a una reunión de 30 minutos para luego seleccionar y contar con un equipo que reuniera las características y habilidades para la implementación de equipo de producción para programa de tv y radio.

#### **4.2.8 Circuito cerrado de televisión**

Se Implementó un circuito Cerrado con pantalla de televisión de 40 pulgadas y se ubicó en recepción, ya que es ahí donde se pueden visualizar los programas de televisión y a su vez sirve para dar a conocer información sobre actividades del establecimiento.

#### **4.2.9 Tabla de tiempos**

Se estableció dos tablas de tiempos para pre producción, producción y post producción de los programas de radio y televisión, dichas tablas se imprimió y se colocó en un lugar visible dentro del set de televisión.

### **4.3 Conclusiones finales**

- ✓ El Liceo Técnico no contaba con el equipo necesario para la implementación de programas de radio y televisión, ahora se cuenta con parte del equipo sugerido, eso hace que se trabaje con mayor eficiencia.
  
- ✓ Los estudiantes al elaborar programas de radio y de televisión se verán beneficiados con nuevo aprendizaje, ya que al momento de egresar del establecimiento y tener una oportunidad de trabajo, ya cuentan con el conocimiento básico de las fases que conlleva una producción tanto de radio como de televisión.
  
- ✓ Los programas de radio y de televisión para el establecimiento sirven de oportunidad para dar a conocer la carrera en el municipio y fuera del mismo, ya que sirve de publicidad a la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación y al Liceo Técnico de Villa Nueva.

## **4.4 Recomendaciones finales**

### **4.4.1 Para Escuela de Ciencias de la Comunicación de Universidad de San Carlos de Guatemala**

- ✓ Debe tomarse el tiempo para que cada asesor o supervisor de Ejercicio Profesional Supervisado, realice una visita como mínimo al centro de práctica.
- ✓ Para el fortalecimiento de la imagen y demás, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, como parte externa, es importante que los Estudiantes de EPS, realicen con sumo profesionalismo las actividades dentro de la empresa y sean supervisados.
- ✓ Establecer los parámetros de la redacción del EPS desde el principio, y no hacer diferentes versiones.
- ✓ Los Informes del Ejercicio Profesional Supervisado, de los estudiantes de Comunicación debieran estar en Biblioteca para así consultarlos.

### **4.4.2 Para Liceo Técnico de Villa Nueva**

- ✓ Adquirir el equipo técnico necesario para completar el set de televisión como, micrófonos de solapa, cámara de video, cámara de fotografía, trípode, iluminación, muebles, y distintas escenografías para así poder elaborar programación variada.
- ✓ Si se cuenta con una tela para croma, que las medidas sean mayores a la proporción existente, ya que se debe contar con 3 metros más en la parte del suelo del croma.

- ✓ Adquirir un equipo de aire acondicionado ya que se encierra el calor en el set y eso hace que el maquillaje que se aplica a los presentadores no tenga funcionalidad.
- ✓ Implementar otro set de televisión con la ambientación necesaria, es decir equipo de iluminación, equipo de grabación, entre otros. para así contar con otro espacio para hacer grabaciones y poder realizar más producciones televisivas.
- ✓ Es importante que se preste el tiempo necesario para las fases de pre-producción, producción y post-producción de cualquier programa que se implemente ya que eso hará que exista mayor control y siempre se cuente con material para darlo a conocer tanto el programa de radio como el de televisión.
- ✓ Darle un seguimiento, ya que se pueden tener oportunidades a corto, mediano y largo plazo tanto para estudiantes como para el establecimiento.

#### **4.5 Referencias Bibliográficas**

- ✓ Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing, Cómo evaluar su publicidad, edición en lengua castellana, ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid, España, 1988, 133 p.
- ✓ Briones Guillermo, Métodos y Técnicas de Investigación para Ciencias Sociales, tercera edición, editorial Trillas, México, 2003, p. 99-105
- ✓ Bolaños, Calvo Bolívar. Comunicación Escrita/ Bolívar Bolaños, editorial Universidad Estatal a Distancia. 1 edición. San José, Costa Rica, 2000, 572 P.
- ✓ Cabezas Horacio, Metodología de la Investigación, Editorial Piedra Santa, 2006, p 52
- ✓ Comboni Sonia, Juárez José Manuel. Introducción a las Técnicas de Investigación, 3ª edición, editorial Trillas: UAM, México, 2007 101-103 P.
- ✓ De La Mota, Ignacio Hilario. Diccionario de la Comunicación, Tomo II editorial Paraninfo, S.A. Madrid, España. 1988, pág. 137
- ✓ Díaz Leiva, Jorge. Teoría de la Investigación, Documento elaborado con fines docentes, Universidad de San Carlos de Guatemala. 2015, pág.
- ✓ *Diccionario de la lengua española* Real Academia Española. 23.ª edición. Madrid: Espasa Libros, S. L. U., 2014.

- ✓ Gaitán Moya, Piñuel Raigada, Técnicas de Investigación en Comunicación Social. Editorial Síntesis, S.A. Madrid. Pág. 40
- ✓ Gómez de León, Delmy, Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para el programa de integración comunitaria (PROINCO) del fondo nacional para la paz (FONAPAZ). Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2011, P. 14, 15.
- ✓ González Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. 3ra Edición, Editorial Trillas, México, 2008, pág. 25, 26, 112, 134-136.
- ✓ Hervas Fernández, Gloria, Como Dominar la Comunicación Verbal y no Verbal, Primera Edición 1988, Editorial Playor, Madrid pág. 23.
- ✓ Homs Quiroga, Ricardo. La comunicación en la empresa. Grupo editorial Iberoamérica, S.A. de C.V. México, 1990, p 72, 73.
- ✓ Interiano Carlos, Producción de Programas Audiovisuales. Ediciones Nueva Idea, Guatemala, 1988, pág. 36.
- ✓ Marrueco Raúl, Manual Práctico de Administración. Bogotá Colombia. Ediciones de la U, 2013, 412 p.
- ✓ Muriel María Luisa, Rota Gilda. Comunicación Institucional: Enfoque Social de Relaciones Humanas. Primera Edición, Ediciones CIESPAL, Quito Ecuador, 1980, pág. 31, 49, 157
- ✓ Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información: perspectivas teóricas. 3ª edición. México: Trillas: UAM, 1983 (reimpreso 2007) 138 p.

- ✓ Prado Mora, José Guadalupe, El laboratorio de Televisión como espacio didáctico, Ediciones Cuci, México. 13-24
  
- ✓ Ramos Padilla, Carlos G. La comunicación un punto de vista organizacional, Editorial Trillas, Primera Edición 1991, México, pág. 16
  
- ✓ Santoro Eduardo, Efectos de la Comunicación. Primera edición, Ediciones CIESPAL, Quito Ecuador, 1986, p. 76
  
- ✓ Schramm, Wilbur. Mass Communication, University of Illinois Press, Urbana 1960. Pág. 40
  
- ✓ Vásquez Díaz, Evelin Alicia. Diagnóstico y propuesta de comunicación externa para la facultad de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala. USAC. Tesis, Guatemala 2010. P 16.
  
- ✓ Velásquez, Carlos Augusto, Comunicación, Semiología del Mensaje Oculto, Eco ediciones, edición 2011. Guatemala. Pág. 32, 36.
  
- ✓ Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto, Comunicación Lingüística, Eco ediciones, edición 2015, pág.26

#### **4.6 E grafía**

- ✓ <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>  
consultado el 2 de marzo 2015.
  
- ✓ <http://www.profesorenlinea.cl/castellano/ComunicaconVerbalyNoVerbal.htm>  
consultado el 15 de febrero de 2015.
  
- ✓ <http://www.eumed.net/librosgratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm> consultado el 28 de marzo de 2015.
  
- ✓ <http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4371/la-comunicacion-externa-en-la-empresa/> consultado el 29 de Julio de 2015.

## 4.7 Anexos.



**Universidad de San Carlos de Guatemala.  
Escuela de Ciencias de la Comunicación.  
Ejercicio de Profesional Supervisado 2015.  
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.**

4to y 5to Bachillerato en Ciencias de la Comunicación.

Por favor, sírvase contestar con la información exacta. Su información es confidencial, servirá únicamente para obtener datos estadísticos y para fines de investigación. Muchas gracias.

Instrucciones: Marque con una X la o las respuestas a cada interrogante.

1. ¿A su juicio, el set de Televisión y la Cabina de Audio cuentan con el equipo necesario para la realización de programas de radio y televisión?

Sí

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿El Colegio cuenta con guiones establecidos para elaborar programación de radio y televisión?

Sí

No

3. ¿Es importante que le enseñen a redactar guiones y storyboards para la elaboración de programas de radio y televisión?

Sí

4. ¿Considera importante que exista una planificación para elaborar programas de TV y Radio?

Sí

No

5. ¿Se cuenta con presentadores de TV para la implementación de programa de televisión?

Sí

6. ¿Durante el último año se han realizado programas de radio en el colegio?

Sí

No

7. ¿Sabe usted si se han grabado programas con fines educativos en el set de televisión?

Sí

No

8. ¿Se cuenta con un equipo de personas para producir programas de televisión?

Sí

No

9. ¿Cómo califica usted, que se produzcan programas de televisión y se transmitan en Medios de Comunicación?

Bueno

Regular

Malo

10. ¿Qué tipo de programación le gustaría que se produjera?

Musical

Informativos

Culturales

Educativos

Radionovelas

Mixto  Otros: \_\_\_\_\_



# Programa de Televisión

Nombre del programa:

Huella 360°

Filosofía:

Programa donde se transmitan principios y valores.

Sinopsis:

Programa de televisión para público adolescente – joven entre las edades de 13 a 25 años donde se transmiten diferentes segmentos todos bajo la filosofía de presentar principios y valores.

Medio:

Canal de YouTube,  
Circuito Cerrado de tv en Liceo Técnico de Villa Nueva,  
Propuesta a presentarse en canal de la Municipalidad de Villa

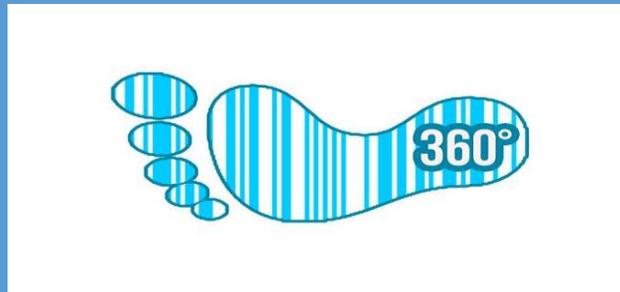
Logotipo:



Propuesta realizada por Gustavo Lucas (estudiante de la carrera de Comunicación.)



Propuesta realizada por María Ordoñez (estudiante de la carrera de Comunicación.)



Propuesta realizada por Gaby López (estudiante de la carrera de Comunicación.)

Grupo Objetivo:

Público adolescente – joven entre las edades de 13 a 25.

Tipo de Programa:

Contenedor Televisivo de Variedades.

Estrategia de Comunicación externa para promover la programación de radio y televisión para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva.

Producción del programa:

Pre-producción.

Producción

Transmisión:

Sábados  
1 hora

Post-producción.

Programa: HUELLA 360°  
 Productor: Erick Donis.  
 Asistente de producción: Gaby López.  
 Duración: 1 hora.  
 Público meta: Jóvenes de 15-25 años.  
 Día de transmisión: sábado.

Conductores: Pablo Locón  
 Redacción: Pablo Locón y Lemuel Ramírez

Fecha: |

Segmento: Soliloquio

SEC.	CAMARA	TOMAS		IMAGEN			AUDIO			TIEMPO	
		PERSONAS	LOCACIÓN	PRESENTADOR	VESTUARIO	MAQUILLAJE	TEXTO	SONIDO	VOZ EN OFF / TEXTO		LOCUTOR
Esc. 1	Planos general	1	Set de televisión	Pablo Locón	Tirantes y moño	Polvos para quitar brillo	Soliloquio La primera vez Expectativa vrs Realidad	Música movida			30"
Esc. 2	General	2	Colegio o en la calle	Pablo Locón	Normal las 2 personas	Polvos para quitar brillo	La primera vez que la ves Expectativa vrs Realidad	Música Romántica	Expectativa..... Realidad....	Diego	1'
Esc 3	General	2	Lugar elegante/ una carreta de shucos	Pablo Locón	Elegantes, polvos normales	Polvos para quitar brillo	La primera cita Expectativa vrs realidad	Música clásica, música chapina	Expectativa realidad	Diego	1'
Esc 4	General	4	Casa o cuarto	Pablo Locón	Casual	Polvos para quitar brillo	Primera vez que te declaras Expectativa vrs realidad	Música de amor	Expectativa Realidad	Diego	1'
Esc 5	General	2	Casa o cuarto	Pablo Locón	Casual	Polvos para quitar brillo	Primera vez que pelean Expectativa vrs Realidad	Música instrumental	Expectativa Realidad	Diego	1'
Esc 6	General	3	Casa	Pablo Locón	Casual	Polvos para quitar brillo	Primera vez que conoces al suegro Expectativa vrs Realidad	Música instrumental	Expectativa Realidad	Diego	1'

Programa: HUELLA 360°  
 Productor: Erick Donis.  
 Asistente de producción: Gaby López.  
 Duración: 1 hora.  
 Público meta: Jóvenes de 15-25 años.  
 Día de transmisión: sábado.

Conductores: Robinson Sánchez  
 Redacción: Vania Sagastume

Fecha:

Segmento: En la sala del chapín

SEC.	CAMARA	TOMAS		IMAGEN			AUDIO			TIEMPO				
		PERSONAS	LOCACIÓN	PRESENTADOR	VESTUARIO	MAQUILLAJE	TEXTO	SONIDO	VOZ EN OFF / TEXTO		LOCUTOR			
Esc. 1	Primer Plano	Gustavo Lucas	Set de Televisión (Croma) Set de Televisión (Croma)	Robinson Sánchez	Saco, pantalón de lona, camisa formal, zaparos formales	Polvos para evitar el brillo	Bienvenidos al segmento "La sala del Chapín", este programa mostraremos cortometrajes realizados por jóvenes de Villa Nueva, y para estrenar este nuevo segmento les mostraremos el tráiler de "Un hotel 11 estrellas"	optan funk			1"			
Esc. 2			Set de Televisión (Croma)								(Tráiler de "un hotel 11 estrellas)		2"	
Esc. 3	General	2	Set de Televisión (Croma)							Y para contarnos más sobre este cortometrajes tenemos a "El Sombrerón" (entra Noemí González caracterizada). Bienvenido señor sombrero	GhostBuster			1"
Esc. 4	General	2	Set de Televisión (Croma)							Platican sobre el cortometraje, las experiencias y todo lo vivido en las grabaciones				3"
Esc. 5	Gene	2								Bueno, si no te quieres perder este cortometraje el próximo sábado estaremos presentando la primera parte de este cortometraje. Bueno, llegamos al final de este su segmento, nos veremos la próxima semana y sigan en sintonía de "Huella 360°".				1"

**Estrategia de Comunicación externa para promover la programación de radio y televisión para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva.**

Programa: HUELLA 360°  
 Productor: Erick Donis.  
 Asistente de producción: Gaby López.  
 Duración: 1 hora.  
 Público meta: Jóvenes de 15-25 años.  
 Día de transmisión: sábado.

Conductores: Andrea Borrayo  
 Redacción: Karla González

Fecha:

**Segmento: Helpins**

SEC.	CAMARA	TOMAS		IMAGEN			AUDIO				TIEMPO	
		PERSONAS	LOCACÓN	PRESENTADOR	VESTUARIO	MAQUILLAJE	TEXTO	SONIDO	VOZ EN OFF / TEXTO	LOCUTOR		
Esc. 1	Plano General	1	set	Andrea Borrayo	Casual (Jeans, Tacones, Blusa)	No excesivo, conforme a la ropa que utilizara	Hola que tal mi nombre es Andrea Borrayo y este es su segmento Helpins  En donde te estaré dando algunos consejos que debes poner en practica	Five More Hours,				30"
Esc. 2	Plano General	1					(INTRO)	LMFO				30"
Esc. 3	Plano General	1					El tema de hoy es  Tema: "Como organizar una fiesta."  Que debe de tener el lugar. Que música colocar. que boquitas dar que bebidas					4'

Programa: HUELLA 360°  
 Productor: Erick Donis.  
 Asistente de producción: Gaby López.  
 Duración: 1 hora.  
 Público meta: Jóvenes de 15-25 años.  
 Día de transmisión: sábado.

Conductores: Alvin González  
 Redacción: Gaby López, Ana Valencia

Fecha:

**Segmento: Musicógrafo**

SEC.	CAMARA	TOMAS		IMAGEN			AUDIO				TIEMPO	
		PERSONAS	LOCACÓN	PRESENTADOR	VESTUARIO	MAQUILLAJE	TEXTO	SONIDO	VOZ EN OFF / TEXTO	LOCUTOR		
Esc. 1	Plano America no	Alvin	Croma	Alvin	Casual (Jeans, Camisa cuello en V, saco, mocasines, sombrero)	Polvos para quitar el brillo de la cara	Hola amigos bienvenidos al "Musicógrafo" mi nombre es Alvin	A Pink - Remember del Seg. 0:27 al min. 2:55				15"
Esc. 2	Medio - Cámara izquierda	Alvin	Croma	Alvin			(voltea a la izquierda) Y ¿A quién conoceremos hoy?		Hoy conoceremos a una chica muy talentosa, 100% guatemalteca.  Recibamos a Emily Robcha	Diego Armas		30"
Esc.3	Plano General	Alvin y Emily	Sala	Alvin y Emily			Hola Emily bienvenida al segmento "Musicógrafo"  Muchas gracias encantada de estar aquí	A Pink-Remember (Aplausos) 5"				30"
Esc. 4	Medio - Cámara Derecha	Alvin	Sala	Alvin			Bueno cuéntame ¿Cómo te diste cuenta que la música era tu pasión? ¿Cómo inicio este camino?	A Pink - Remember				10"
Esc. 5	Plano Medio-Cámara izquierda	Emily	Sala	Emily			-----	A Pink - Remember				30"

Esc.6	Plano General	Alvin y Emily	Sala	Alvin y Emily	Casual (Jeans, Camisa cuello en V, saco, mocasines, sombrero)	Polvos	Qué Bien ¿Qué proyectos tienes para el futuro? ¿Qué podemos esperar de ti?  -----  Fue un gusto tenerte hoy con nosotros y por ultimo nos gustaría que nos interpretaras una canción.  Gracias para mí también fue muy bonito estar aquí y con gusto cantare una canción.	A Pink - Remember				1'
Esc. 7	Plano General y primer plano	Emily	Croma	Emily	----	---	Interpretación de canción original					1' 30"
Esc.8	Plano Medio - Cámara Central	Alvin	Sala	Alvin	Casual (Jeans, Camisa cuello en V, saco, mocasines, sombrero)	Polvos	(Se para) wow que voz tan hermosa tienes nos encantaría seguir escuchándote, pero lamentablemente (expresión de decepción) nuestro tiempo se acabó, nos vemos hasta la próxima con más invitados aquí en el musicógrafo	(Aplausos) 5" A Pink-Remember del min. 3:11 al 3:46				20"
Esc.9	Plano General	Alvin y Emily	Sala	Alvin y Emily		Polvos	(Se despiden del publico viendo a la cámara)	A Pink - Remember				15"

**Estrategia de Comunicación externa para promover la programación de radio y televisión para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva.**

Programa: HUELLA 360°  
 Productor: Erick Donis.  
 Asistente de producción: Gaby López.  
 Duración: 1 hora.  
 Público meta: Jóvenes de 15-25 años.  
 Día de transmisión: sábado.

Conductores: Douglas Figueroa y Anjorie  
 Redacción: Gaby López

**Segmento: Versus.**

SEC.	CAMARA	TOMAS		IMAGEN			AUDIO				TIEMPO
		PERSONAS	LOCACIÓN	PRESENTADOR	VESTUARIO	MAQUILLAJE	TEXTO	SONIDO	VOZ EN OFF / TEXTO	LOCUTOR	
Esc. 1	Planos Central	Todos/ Douglas y Anjorie.	Croma.	Douglas y Anjorie	Douglas formal y Anjorie con vestido, tacones y accesorios.	Polvos, rubor y labial/bálsamo de acorde al tipo de piel y vestuario.	-Bienvenida. -Introducción: ¿Quiénes hacen una mejor fiesta?				1'
Esc. 2		Dania.	Croma.	Dania.	Vestido y tacones.		Argumento.				25"
Esc. 3		Anthony.	Croma.	Anthony.	Formal.		Argumento en contra.				25"
Esc. 4		Katherine Torres.	Croma.	Katherine Torres.	Vestido y tacones.		Argumento en contra de Anthony. -Las mujeres tienen mejor entretenimiento.				25"
Esc. 5		Gustavo.	Croma.	Gustavo.	Formal.		Argumento en contra de Katherine.				25"
Esc. 6		Roseline.	Croma.	Roseline.	Vestido y tacones.		Argumento en defensa: -Las mujeres son más creativas.				25"
		Diego.	Croma.	Diego.	Formal.		Argumento en contra.				25"

Esc. 7											
Esc. 8		Karen.	Croma.	Karen.	Vestido y tacones.		Argumento en contra de Diego.				25"
Esc. 9		Lemuel.	Croma.	Lemuel.	Formal.	Polvos, rubor y labial/bálsamo de acorde al tipo de piel y vestuario.	Argumento con cierre -Los hombres se divierten más/ sin dar lugar a oposiciones.				25"
Esc. 10		Douglas y Anjorie	Croma.	Douglas y Anjorie	Douglas formal y Anjorie con vestido, tacones y accesorios.		-Conclusión.				30"
Esc. 11		Todos	Croma.	Todos	Formales y vestido.		Despedida.				10"

Programa: HUELLA 360°  
 Productor: Erick Donis.  
 Asistente de producción: Gaby López.  
 Duración: 1 hora.  
 Público meta: Jóvenes de 15-25 años.  
 Día de transmisión: sábado.

Conductores: Melany Hernández, Angely González  
 Redacción: Sandy González

**Segmento: En la terraza.**

SEC.	CAMARA	TOMAS		IMAGEN			AUDIO				TIEMPO
		PERSONAS	LOCACIÓN	PRESENTADOR	VESTUARIO	MAQUILLAJE	TEXTO	SONIDO	VOZ EN OFF / TEXTO	LOCUTOR	
Esc. 1	Planos	Ambas	Set de televisión.	Melany	Ama de casa	Discreto	Mira esa jovencita Angely, está embarazada y apenas tiene 15 años				30"
Esc. 2	General	Angely		Angely	Ama de casa	Discreto	¡Si es cierto! Se nota que a ella no le hablaron del riesgo que corre				30"
Esc. 3	General	Melany		Melany	Ama de casa		¡No lo creo! Eso sí está peligroso				30"
Esc. 4	General	Ambas		Ambas			Si, sabes Melany, a mí me gustaría dar charlas a todas la jovencitas sobre el tema , imagínate, nosotras vestidas todas guapas y maquilladas				30"
Esc. 5	General	Melany		Melany			Si Angely, imagínate, nosotras hablando un tema serio, del embarazo a temprana edad				30"
Esc. 6	General	Ambas		Angely	Formales	Formales	El embarazo a temprana edad es el problema más grande que hay en la actualidad ya que cientos de jovencitas resultan embarazadas antes de los 15 años				30"
Esc. 7	General	Ambas		Melany	Formales	Formales	Este tema lo dividimos en tres fases: causas, consecuencias y prevención. La causa de este problema puede ser la desinformación o la falta de atención de sus padres o encargados				30"

*Estrategia de Comunicación externa para promover la programación de radio y televisión para los alumnos de la carrera de Bachillerato en Ciencias de la Comunicación de Liceo Técnico de Villa Nueva.*

Esc. 8	General	Angely	Set de televisión	Angely			Claro, yo creo que el embarazo no es un problema, siempre y cuando se tenga la edad adecuada y una pareja estable, hablamos del matrimonio				30"
Esc. 9	General	Melany		Melany			Exacto Angely, las consecuencias de tener un embarazo a temprana edad es que tu cuerpo y tu mente aún no están preparados para tener a un bebe, algo que implica responsabilidad y muchos cuidados				30"
Esc. 10	General	Ambas		Ambas			Exacto Melany, para prevenir el embarazo a temprana edad, es necesario que los padres se informen y les hablen tanto a los jóvenes como a las señoritas, para crear conciencia acerca del tema				30"
Esc. 11	General	Melany		Melany	Amas de casa	Discreto	Aaaa... [suspiro] que lindo imaginar eso				30"
Esc. 12	General	ambas		Angely	Amas de casa	Discreto	Aaa [suspiro] si, pero hay que seguir tendiendo ropa y vendo desde la terraza				30"

Contenido del Programa:

Segmentos:

## Tips

El objetivo de este programa es darle consejos tanto a los jóvenes como a las señoritas acerca de diferentes temas para que ellos puedan aprender y ponerlos en práctica, de forma sencilla, lo presentan dos conductores.

Por ejemplo:

- Como arreglarse para un trabajo
- Como maquilarse
- Como usar una cámara profesional
- Como invitar a alguien a salir
- Como hacerse un nudo de corbata
- Qué tipo de zapatos utilizar
- Como comer en la mesa
- Como hablar en público
- Como cuidar a tu mascota
- Qué carrera elegir
- Como caminar con tacones

## Gamer

Se pretende dar a conocer diferentes videojuegos desde los antiguos hasta los más recientes y todo lo que conlleva al momento de jugar, lo presenta un conductor.

- Modalidad:
- Introducción para dar a entender que es Gamer.
- Presentación de videojuegos nuevos.
- Videojuego de la semana.
- Los tips.

## **Soliloquio**

Se presentan varios puntos de expectativa y realidad de diferentes temas, es un sinónimo de monólogo.

### **La primera vez:**

Expectativa: cruzan miradas, va tras de ella y ella le corresponde

Realidad: En la mira y le saluda y ella lo ignora y le voltea la vista.

### **Primera cita.**

Expectativa: el la lleva a un lugar elegante y tienen una linda cita

Realidad: No tiene dinero y le alcanza solo para llevarla a los shucos.

### **Como te declaras**

Expectativa: Un lugar muy decorado con muchos globos y un gran ramo de rosas

Realidad: Cartelitos, 3 globos y un ramo no de rosas sino solo de ramas y todo sin color.

### **Primera pelea**

Expectativa: Los dos discuten y se tranquilizan rápido.

Realidad: Los dos discuten el trata de tranquilizarla y se crea más grande el problema.

### **Conocer el Suegro.**

Expectativa: El papá de ella es muy accesible y tiene una plática amena.

Realidad: El papá de ella es enojado, no le agrada la visita del y deja una mala impresión.

## **En ambiente**

Dar a conocer lugares que nos poco conocidos para desarrollar actividades, de turismo

Algunos temas que te pueden tocar son los siguientes:

- Exponer lugares turísticos que contengan mucho ambiente natural.
- Como y cuando se formaron algunos lagos y ríos.
- Historia de montañas y volcanes.
- Composición y formación de algunas plantas.
- Las plantas más producidas de Guatemala.

## **Sobre la Terraza.**

El objetivo es que el público no tome los temas como chismes por la modalidad del segmento, sino como una enseñanza.

Estos son algunos temas a tratar

- Embarazo a temprana edad.
  - El maltrato infantil.
  - La contaminación del medio ambiente.
  - La delincuencia.
  - El analfabetismo
  - A desnutrición
  - El tráfico en las mañanas.
-

## **Dime que comes**

El objetivo es reconocer que todos en algún momento nos alimentamos de diferentes contenidos, estos se convierten en cultura general, la modalidad es a través de entrevistas sobre:

- Pintura
- Música
- Política
- Poesía
- Baile
- Canto
- Actuación
- Gastronomía
- Escultura
- Arquitectura
- Artes
- Literatura
- Administración
- Ciencias políticas
- Publicidad
- Radio
- Televisión
- Medicina
- Criminología Forense
- Acuicultura
- Pedagogía

Entre otros temas más.

## **Versus**

El objetivo es marca las diferencias que hay entre los hombres y las mujeres,

- Ropa
  - higiene personal
  - colegio
  - Fiestas
  - Trato de los padres
  - Tiempo que tardan en arreglarse
  - Como expresan sus sentimientos
  - Deportes
-

## **Entre nosotras y entre nosotros**

Las mujeres hablan de un tema y los hombres también conforme a su sexo.

Son 2 diferentes bloques.

Mujeres y hombres hablan del mismo tema.

Por ejemplo.

Ropa

## **Te lo cuento en el baño.**

Bloopers de conductores del programa

## **La sala del chapín**

El objetivo es poder dar a conocer los cortometrajes que se grabaron en el colegio pero por partes.

- Chona y Chana
- Noche sin Luna
- Los días que me quedan
- Un hotel 11 Estrellas

## **El plato del día**

El objetivo es dar a conocer la forma correcta de decir las palabras.

Por ejemplo

- No agregar "S" al final de las palabras
  - No quitar la "D" al final de las palabras
  - No quitarle letras a las palabras.
-

## Datos Técnicos:

### Equipo de Trabajo:

Productor General: Erick Donis  
 Productor Ejecutivo: Sandra Donis  
 Director de Producción: Gaby López  
 Técnicos de Edición: Gustavo Lucas  
 Director Maquillaje, Vestuario: Sofía Porras

## TABLA DE ENCARGADOS

Nombre	Segmento	Segmento
Angie Gutiérrez	Sketch	Anecdotario y ayúdame a ayudar
Karen Tabique	Verdaderos héroes	Ayúdame a ayudar
Sandy González	Terraza	Reportaje: dime que comes
Vania Sagastume y Diego Armas	Escribir en la pizarra	En ambiente
Lemuel Ramírez	Típico	Monologo
Royer Chan	De extremo a extremo	Gamer
Karla González	Helpins	Entre nosotros: ellos y ellas
Gabi López	Versus	Musicógrafo
Tony Ruiz	Novela	El plato del día
Pablo Locón	soliloquio	
Gabi López	Te lo cuento en el baño	

## TABLA DE PRESENTADORES

Nombre	Segmento
Gustavo Lucas.	Anecdotario
Melany Hernández Angelly González	Desde la Terraza
Karla González, Astrid Alvarado	Dime que Comes
Melissa Rivera, Lorena Villatoro	El Plato del día
Mishel González, Ricardo González, Javier Ramos	En Ambiente
Isabela Donis	Típico
Fernanda Gamero, Efraín Escobar, Ithan Rodas.	De Extremo a Extremo
Robín Sánchez	En la sala del Chapín
Dania Vega, Katerin Torres, Roseline Chocoj, Anjorie, Karen Tabique, Douglas Figueroa, Tony Ruiz, Gustavo Lucas, Diego Armas, Lemuel Ramírez	Versus
Alvin González	Musicógrafo
Diego Armas y Karen Tabique	Entre nosotros y Entre nosotras
Osman Miz y Jaqueline Vivar	Gamer
Andrea Borrayo	Hellpins

**ESQUEMA DE TIEMPOS  
PROGRAMA #1  
HUELLA 360**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>
Bienvenida En la sala presentándose uno por uno) todos los conductores, Melanie Hernández y Osman conductores principales y mandan al siguiente segmento.	3 mins.
Escribiendo en la pizarra Al inicio y al final.	30seg.
Soliloquio: Primera vez (expectativa vrs. realidad).	4 mins.
Helppins (como organizar una buena fiesta).	5 mins.
Desde la terraza (embarazo a temprana edad).	5 mins.
Sketch	6 mins.
Musicografo (invitada Emily Robcha)	5 mins.
VRS. (¿Quién organiza la mejor fiesta?).	5 mins.
En sala del chapin (explicar el programa, entrevista a un actor de un hotel de 11 estrellas y tráiler promo del cortometraje).	8 mins.
Típico (ropa).	4 mins.
De extremo a extremo (skate- parque de Villa Nueva).	8 mins.
Despiden todos: conductores principales Melanie y Osman ]	3 mins.

**ESQUEMA DE TIEMPOS  
PROGRAMA #2  
HUELLA 360**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>
Bienvenida: (todos los conductores en la sala presentándose uno por uno). Melanie Hernández y Osman conductores principales y mandan al siguiente segmento.	3 mins.
De escribiendo en la pizarra al inicio y final del programa]	30 seg.
Típico [novia]	8 mins.
Desde la terraza [maltrato infantil]	5 mins.
Entre nosotras [amiguitas]	6 mins.
Gamer [Presentación de juego mortal kombat]	5 mins.
Soliloquio	5 mins.
Helpins [como vestirse para una entrevista]	8 mins.
VRS [su vida en el colegio]	8 mins.
En la sala del chapin [curiosidades de un hotel 11 estrellas y la segunda parte del cortometraje.	5 mins.
Sketch	5 mins.
Despiden todos: conductores principales Melanie y Osman ]	1 mins.

## DISTRIBUCIÓN DE PROGRAMAS PARA CADA SÁBADO

### Sábado 1

En la sala del chapín
Tips
Sketch
Típico
Escribir ante la cámara
Soliloquio
La terraza
Versus
De extremo a extremo
Musicógrafo

### Sábado 2

En la sala del chapín
Tips
Sketch
Típico
Escribir ante la cámara
Soliloquio
La terraza
Debate
Entre nosotros y entre nosotras
Videojuegos

### Sábado 3

La novela
Tips
Sketch
Típico
Escribir ante la cámara
Soliloquio
La terraza
Versus
Verdaderos héroes
Dime que comes

### Sábado 4

La novela
Tips
Sketch
Típico
Escribir ante la cámara
Soliloquio
La terraza
Debate
En ambiente
El plato del día

---

# FICHA DE CASTING

Fotografía

## I. DATOS GENERALES.

Nombres y Apellidos.....

Edad..... Fecha de Nacimiento.....

Domicilio..... Email.....

Teléfono..... Ocupación actual.....

## II. RASGOS FISICOS

Estatura..... Medidas .....

Calzado..... Camisa/ blusa.....

Color de ojos..... Tez/ Cabello.....

## III. PERFIL

Estudios.....

Experiencias anteriores.....

Aptitudes y Habilidades.....

Hobbies.....

## IV. HORARIO DISPONIBLE

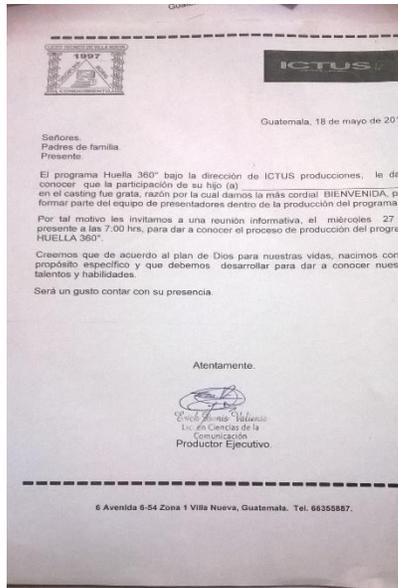
.....  
.....  
.....

## V. OBSERVACIONES

.....  
.....  
.....

---

## **Ejemplo de Carta de Aceptación para presentadores/locutores del programa.**



## **Programa de Radio**

Radio: Comunicación LITEC  
Programa: HORA DE RECESO  
Hora: 10:20  
Fecha: Lunes a Viernes  
Duración: 30 minutos.  
Redactor: Erick Donis  
Locutor 1: Marisol Palma,  
Locutor 2: Alvin González,  
Locutor 3: Anjorie  
Control: Erick Donis

## **Contenido: Semana 1**

Lunes: Música en Inglés.  
Discografías.

Martes: De Contenido. / Música nacional

Miércoles: Música década 80-90  
Discografías.

Jueves: Programa Infantil

Viernes: De Complacencias  
Segmentos de tips

---

## Contenido: Semana 2

Lunes:	Radionovela
Martes:	De Contenido. / Música nacional
Miércoles:	Radionovela
Jueves:	De Contenido/ Música Extranjera.
Viernes:	Radionovela

## Contenido: Semana 3

Lunes:	Discografías de Mujeres
Martes:	Discografías de Hombres
Miércoles:	Música década 2000 Discografías.
Jueves:	De Contenido Tips
Viernes:	De Complacencias

## Contenido: Semana 4

Lunes:	Programa Infantil
Martes:	De Contenido. / Música nacional
Miércoles:	Música solistas
Jueves:	De Contenido/ Música Extranjera.
Viernes:	De Contenido/ Música Extranjera.

---