

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



**“Plan de comunicación para el fortalecimiento de la
comunicación interna de la Escuela de Historia de la Universidad
de San Carlos de Guatemala”.**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Isaías Antonio Juárez López

CARNÉ: 2012 16798

Previo a portar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2017

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaité del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Ávalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Historia



Guatemala, 29 de agosto de 2017

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

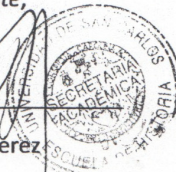
Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante epesista "ISAIAS ANTONIO JUÁREZ LÓPEZ" con número de carné: "2012 16798" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en las oficinas de **Dirección General**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **1 de junio** al **31 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por la Licenciada Elma Gil.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,

Licda. Olga Pérez

Secretaria Académica



Handwritten signature and date: 01-09-17

Edificio S-1, 2do. Nivel, Ciudad Universitaria, zona 12

Teléfonos: (502) 24188802 (502) 24188801

email: escnhistoriausac@gmail.com



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



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante
Isaías Antonio Juárez López
201216798
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

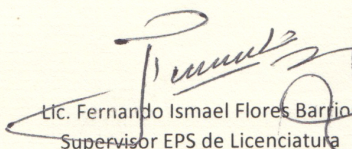
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ESCUELA DE HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

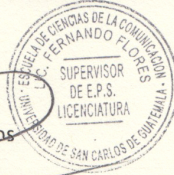
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

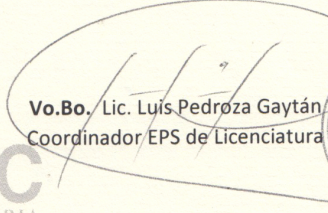
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

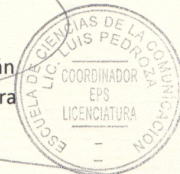
Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barrios
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt



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

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado

A Dios, que se encuentra en todas partes.

A mis padres Marcos y Angelina, porque representan la brújula de mi vida.

A mi familia, porque representan TODO sobre mi existencia.

A Abdel Aucar, porque sin su apoyo este proyecto se hubiera estancado en el tiempo.

A mis mosqueteros Alejandra y Frederick, ellos sabrán por qué.

A mis compañeros, por todo lo que aprendimos afuera de clase.

AGRADECIMIENTOS

A la ESCUELA DE HISTORIA, por creer y confiar en este proyecto.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la USAC, por todas sus enseñanzas.

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, porque espero nunca lleguemos a despedirnos.

Al licenciado ROBERTO ARIAS, por revisar este informe.

A usted, por tomarse el tiempo de leer este documento.

ÍNDICE

RESUMEN.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XIII
JUSTIFICACIÓN	XIV

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo general.....	1
1.1.2. Objetivos específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN - ESCUELA DE HISTORIA, USAC	2
1.2.1. Ubicación geográfica	2
1.2.2. Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos	5
1.2.5. Misión.....	6
1.2.6. Visión	6
1.2.7. Objetivos institucionales	7
1.2.8. Público objetivo.....	8
1.2.9. Organigrama	8
1.3. METODOLOGÍA.....	10
1.3.1. Descripción del método	10
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	11
1.3.3. Cronograma del diagnóstico	12
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	13
1.4.1. Resultado de la observación.....	13

1.4.2. Fichas de las entrevistas	13
1.4.3. Resultado de las entrevistas	15
1.4.4. Tablas comparativas.....	17
1.4.5. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas	18
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	24
1.5.1. Fortalezas	24
1.5.2. Oportunidades	24
1.5.3. Debilidades	25
1.5.4. Amenazas	25

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	26
2.1. ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN	26
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	27
2.2.1. Objetivo general.....	27
2.2.2. Objetivos específicos	27
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	27
2.4. MENSAJE.....	28
2.5. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	28
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	29
2.6.1. Elaboración del Manual para la Creación de un Departamento de Comunicación Social	29
2.6.2. Creación de la identidad visual de la Escuela de Historia	31
2.6.3. Impresión de hojas membretadas.....	33
2.6.4. Rediseño del material informativo de todas las carreras de la Escuela de Historia.	34

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	36
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	36
3.1.1. Financiamiento.....	36
3.1.2. Presupuesto.....	36
3.1.3. Beneficiarios.....	37
3.1.4. Recursos humanos	38
3.1.5. Áreas geográficas de acción.....	39
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	39
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	50
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	51
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES	53
GLOSARIO DE TÉRMINOS	54
BIBLIOGRAFÍA.....	58
E-GRAFÍA	59
ANEXOS	60
Transcripción completa de entrevistas.....	60
Modelo de la encuesta	70
Vaciado de la encuesta	71
Ficha de registro de horas de práctica	77

RESUMEN

Nombre de la institución: Escuela de Historia, Universidad de San Carlos de Guatemala

Nombre del proyecto:

“Plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- Elaborar un plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna de la Escuela de Historia.

Objetivos Específicos

- Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda crear una oficina dedicada a la Comunicación social.
- Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda impulsar una imagen visual que proyecte unidad y modernidad.
- Proporcionar a la Escuela de Historia el material que constituya un pilar fundamental para informar a la comunidad estudiantil de primer ingreso y población en general.

Sinopsis del proyecto

La Escuela de Historia es la Unidad Académica de educación superior pública y estatal, encargada de la formación integral teórico práctica de profesionales en el campo de la Historia, Antropología, Arqueología, Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales, Técnico Universitario en Archivos y Maestrías en Historia y Antropología. Se plantearon cuatro estrategias de comunicación, para que los estudiantes actuales y de nuevo ingreso puedan identificarse con su imagen visual, así

como la propuesta de la apertura de una oficina de la un Departamento dedicado a la comunicación social. Estas estrategias forman parte de un proceso que pretende mejorar la imagen institucional y propiciar un acercamiento entre Escuela y comunidad estudiantil.

INTRODUCCIÓN

Se presenta un plan de comunicación desarrollado en su totalidad en la Escuela de Historia perteneciente a la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual contiene un diagnóstico comunicacional, con la finalidad de detectar posibles necesidades comunicacionales, para lo cual se realizaron entrevistas con las personas encargadas de la comunicación institucional, encuestas a los estudiantes para conocer la aceptación y recordación de la comunicación institucional, además se llevó a cabo investigación documental, entre otras.

Con la información obtenida se plantearon cuatro estrategias de comunicación, cada una con su respectivo objetivo comunicacional, la primera estrategia consistió en proponer la creación de un departamento dedicado a la comunicación social, siendo ésta el principio para solucionar la problemática detectada a través del diagnóstico comunicacional. La siguiente estrategia fue desarrollar la imagen visual; inexistente hasta ese momento, se crearon los elementos que conformarían la nueva imagen visual; se procedió de igual manera al diseño de la papelería institucional, como las hojas membretadas, sobres, tarjetas de presentación, diplomas; que se consideró era la papelería más utilizada dentro de la Escuela de Historia. De igual manera se procedió a implementar la nueva imagen visual en el material de comunicación y promoción, entre éstos se pueden mencionar, afiches, trifoliales, página web, Facebook, etc.

La siguiente estrategia sirvió para iniciar la implementación de la nueva imagen y la mejor manera de hacerlo era a través de las hojas membretadas, siendo éstas un pilar fundamental para fortalecer la imagen de la institución. Por último, se diseñaron los trifoliales para seis de las carreras que se imparten en la Escuela de Historia.

Por medio de estas estrategias se está definiendo el punto de partida para solucionar y cubrir las necesidades comunicacionales detectadas en la Escuela de Historia.

JUSTIFICACIÓN

Se define la comunicación como el proceso por el cual se transmite un mensaje o información entre un emisor y un receptor o miles de receptores en el caso de los medios masivos de comunicación, es además un fenómeno que se da en todas las esferas de nuestra vida, su historia se remonta hasta el inicio de la humanidad y desde entonces ha ido evolucionando y teniendo mayor alcance de audiencias gracias a la televisión, la radio, medios impresos, etc., y actualmente gracias a las nuevas tecnologías digitales, al internet y aunado al “boom” de las redes sociales, la comunicación se ha convertido en un factor determinante para la sociedad.

Sobre la comunicación organizacional (Ongallo C. 2007) nos dice que, vivimos en una sociedad de organizaciones. Los seres humanos nos unimos en grupos afines para defender nuestras ideas, llevar a cabo proyectos, generar, crear, producir..., y en los que necesitamos de los otros para desarrollarnos. La vida de las personas está jalonada de sucesivos encuentros con las organizaciones, en las que participamos directa o indirectamente como miembros, agentes, clientes, socios, etcétera.

Y es que, la comunicación ha estado presente en todas las etapas, desde los inicios del ser humano, y para cuando tuvo la necesidad de desarrollar actividades conjuntas y organizadas se vio obligado a crear redes comunicacionales que facilitaran su labor; se podría decir que fue gracias a la comunicación que se impulsaron las primeras empresas; y desde entonces su importancia es tal que, sin una correcta comunicación las empresas estarían condenadas al fracaso.

Fue a través de entrevistas a coordinadores de áreas, como las de Arqueología, Antropología y Plan fin de semana en la Escuela de Historia; se logró determinar la importancia que tiene la comunicación y que deba existir un departamento dedicado a esta labor.

Además, se determinó la necesidad con la que cuenta la Escuela de Historia para desarrollar y diseñar una imagen visual moderna, siendo ésta, el conjunto de elementos gráficos que se alinean con el mensaje que comunica una marca y asegura que la imagen de la misma sea coherente y sólida. De este modo, no puede existir una institución que desee posicionarse en el imaginario de su público objetivo sin tener una identidad visual. Por eso, es de vital importancia contar con una identidad visual fuertemente definida a través de procesos de investigación, para que las instituciones sean reconocidas y puedan diferenciarse de las de otras del mercado

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico de los procesos de comunicación interna de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

- Elaborar un diagnóstico de los procesos de comunicación interna en la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Detectar necesidades comunicacionales en la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Realizar entrevistas y encuestas entre los catedráticos y población estudiantil con el fin de determinar los alcances obtenidos y los medios que utilizan.
- Desarrollar un plan de comunicación que permita solucionar los problemas detectados en el diagnóstico.

1.2. ESCUELA DE HISTORIA, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

1.2.1 Ubicación Geográfica

La Escuela de Historia, USAC se ubica en el 2do. Nivel del edificio S-1, del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, zona 12, Ciudad Universitaria.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

La Escuela de Historia trabaja en los proyectos Museo Casa de la Cultura de Occidente, Arqueológico Ciudad Universitaria, Atlas Arqueológico de Guatemala, en el Programa Regional de Arqueología de la Cuenca Media del río Motagua. También cuenta con proyectos en el oriente.

1.2.3. Antecedentes

Según la página web escuelahistoria.usac.edu.gt la Escuela de Historia nació como unidad académica independiente en agosto de 1974, después de su separación del Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades. Su creación estuvo ligada a aspiraciones académicas tendientes a superar la enseñanza tradicional de la Historia y las Ciencias Sociales. Ello se percibió con la lección inaugural de febrero de 1975 cuando oficialmente dieron inicio sus labores académicas. En aquel momento, además de la licenciatura en Historia que se impartía desde la Facultad de Humanidades, se implementaron las licenciaturas de Antropología y Arqueología. Aunque ya existía una unidad de investigación, por diversas razones, principalmente por falta de presupuesto, tuvo un largo periodo de inactividad.

Fue hasta el año de 1986 cuando se logró el funcionamiento del Instituto de Investigaciones Históricas, Antropológicas y Arqueológicas. Las actividades

académicas iniciaron de acuerdo al plan de estudios denominado “Plan 75”, que estuvo vigente de 1975 a 1978 y fue parcialmente modificado por el proceso de reestructura de las carreras durante el primer semestre de 1978.

En el caso de las carreras de Antropología y Arqueología por ser nuevas, no sufrieron mayores modificaciones, aunque por medio de procesos internos se realizaron readecuaciones a sus pensa de estudios. Luchas estudiantiles de finales de 1977 y principios de 1978 condujeron a un proceso de reestructura de la carrera de Historia. Se cuestionaba el enfoque y orientación que se daba a sus estudios, que se veían como una prolongación de la formación impulsada en el antiguo departamento de Historia, en especial, falta de sustentación teórica y metodológica en la enseñanza de la Historia y las Ciencias Sociales. En febrero de 1978 se convocó a un Congreso de Reestructura que dio como resultado la creación de un nuevo pensum de Estudios, para la carrera de Historia. El mismo se implementó en forma inmediata, poniéndose en vigencia a partir del ciclo académico de 1979. El nuevo pensum rompió con el esquema anterior, en tanto, se fundamentó en el materialismo histórico. Sin embargo, la orientación científica de esa concepción no fue debidamente fundamentada y desarrollada, a la vez que se redujo al mínimo el estudio e implementación de otras corrientes del pensamiento histórico.

Como producto del proceso de 1978, la dirigencia de la AEAH (Asociación de Estudiantes de Antropología, Arqueología e Historia) y el Área de Educación y Filosofía que existía en ese entonces, propusieron la realización del Primer Encuentro Nacional de Profesores y Estudiantes de Estudios Sociales, el cual se realizó en las instalaciones de la Escuela de Historia, durante el primer semestre de 1979. Dicho encuentro tuvo como objetivo principal discutir la problemática de la enseñanza-aprendizaje de los Estudios Sociales, en la educación media del país y proponer soluciones para resolverla. Entre las propuestas destacan: la creación de un nuevo plan de estudios para el nivel medio, profesionalizar a los maestros en servicio y reorientar el enfoque en la enseñanza de la Historia y las Ciencias Sociales. El encuentro fue un éxito. La Escuela de Historia contó con el apoyo de las autoridades de nuestra Universidad y el

Ministerio de Educación, contándose por primera vez, con la participación de representantes estudiantiles y profesores de la mayoría de establecimientos públicos y privados del nivel medio del país.

Como producto de ese primer encuentro, se elaboró una propuesta de plan de estudios para la enseñanza de los Estudios Sociales en el nivel medio, que se complementaba con un plan de profesionalización para profesores de Estudios Sociales en servicio, para la cual se diseñó la propuesta respectiva; encargando a la Escuela de Historia su planificación y ejecución. La coyuntura política que se vivió en esos años, no permitió la implementación del proyecto original, pero se puso en marcha el plan de profesionalización a partir del ciclo académico de 1980, lo que dio origen al Plan Sabatino de Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales. El Plan Sabatino de Profesorado se ha convertido en una de las carreras más importantes de la Escuela de Historia. Sus egresados son demandados por los empleadores del sector público y privado. Además, se ha constituido en un medio de retroalimentación de las carreras del plan diario en el ámbito de licenciaturas.

Durante la década de 1980 a 1990, se realizaron procesos de reestructura en las carreras de Antropología y Arqueología, mismos que estuvieron enmarcados en el proceso general de Reestructura que en ese momento impulsaba la Asociación de Estudiantes Universitarios Oliverio Castañeda De León a nivel de la USAC.

Estas carreras se vieron influenciadas por el movimiento estudiantil, logrando realizar algunos cambios curriculares que reorientaron su organización interna y modificaciones a los pensa de estudios; en los que se lograron avances, principalmente en la carrera de Antropología, donde se logró establecer el perfil del antropólogo y cambios en su red curricular. En el año de 1998 el Consejo Superior Universitario aprobó la carrera de Técnico Universitario en Archivos, plan sabatino, iniciado la primera promoción en enero del año siguiente (1999). Con ello la Escuela de Historia reiteraba su compromiso con la recuperación de los acervos culturales del país, en particular, recuperación de la memoria histórica y acervos documentales.

La Escuela de Historia es en la actualidad la unidad académica rectora de los estudios de Licenciatura en Historia, Antropología, Arqueología, así como la carrera de Profesorado en Historia y Ciencias Sociales y Técnico Universitario en Archivos. Los profesionales egresados se han convertido en un soporte fundamental, para la investigación, docencia, preservación y difusión de la Historia, Antropología y Arqueología. Muchos de ellos ocupan cargos importantes dentro de las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y universidades privadas del país.

También han destacado en instituciones no universitarias dedicadas al estudio y promoción de la historia y ciencias sociales.

1.2.4. Departamentos o dependencias

La Escuela de Historia, para su funcionamiento, cuenta con los siguientes departamentos o unidades administrativos y académicos:

- Consejo Directivo;
- Director;
- Consejo Académico;
- Comité Evaluador;
- Unidad de Investigación;
- Unidad de Servicios y de Extensión Universitaria;
- Asesoría de Estudiantes;

Además, cuenta con las siguientes coordinaciones:

- Coordinación de Planificación.
- Coordinación Profesorado en Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales.
- Coordinación Licenciatura en Historia.
- Coordinación Licenciatura en Antropología.
- Coordinación Licenciatura en Arqueología.

- Coordinación Licenciatura en Enseñanza de la Historia.
- Coordinación Técnico en Archivos.
- Coordinación Instituto de Investigaciones Históricas, Antropológicas y Arqueológicas -IIHAA-.

1.2.5. Misión

La Escuela de Historia es la Unidad Académica de educación superior pública y estatal, encargada de la formación integral teórico práctica de profesionales con identidad, responsabilidad, ética, integridad, transparencia, solidaridad, compromiso y conciencia social, en el campo de la Historia, Antropología, Arqueología, Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales, Técnico Universitario en Archivos y Maestrías en Historia y Antropología. Los títulos corresponden a nivel de pregrado, grado y postgrado. En función del cumplimiento de los fines de la Universidad de San Carlos de Guatemala, establecidos en su Ley Orgánica; coadyuva en la investigación de la historia nacional de procesos sociales actuales, así como la conservación y difusión del patrimonio cultural de Guatemala, a partir de reconocer la realidad pluricultural, multilingüe de la sociedad guatemalteca y de la promoción de la cultura democrática que trascienda hacia una sociedad equitativa y participativa en la consecución del bien común.

1.2.6. Visión

La Escuela de Historia es la Unidad Académica de educación superior, pública y estatal, encargada de la formación integral teórico, práctica de profesionales con identidad, responsabilidad, ética, integridad, transparencia, solidaridad, compromiso y conciencia social, en el campo de la Historia, Antropología, Arqueología, Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales y técnico Universitario en Archivos y en todos los niveles que le competen en la educación superior. Su estructura curricular se fundamenta en la excelencia académica, el compromiso social, la solución

de problemas sociales, la comprensión del entorno nacional, la creatividad, el trabajo en equipo, el liderazgo y la actualización permanente. A partir del desarrollo científico y tecnológico enfrenta con creatividad y liderazgo los retos del mundo globalizado e incide en las políticas públicas en el debate nacional.

1.2.7 Objetivos institucionales

- Investigar, estudiar y divulgar todos los aspectos concernientes a la Historia, de acuerdo con las concepciones y corrientes más avanzadas en dicha área del saber humano;
- Fomentar y desarrollar la investigación y el aprendizaje en los campos de la Historia y otras ciencias y disciplinas afines, especialmente referidas al ámbito nacional y centroamericano;
- Formar profesionales en Historia y en disciplinas afines, tanto para la investigación y la enseñanza-aprendizaje en el nivel de educación superior, la docencia especializada en los distintos niveles educativos, como para capacitar en actividades de conservación, información, orientación y divulgación en el campo de la Historia y materias afines;
- Mantener vínculos permanentes, de mutua colaboración, con instituciones universitarias, archivos, bibliotecas, museos, institutos, academias y asociaciones, tanto nacionales como extranjeras que dediquen a la conservación, estudio o investigación de testimonios históricos;
- Promover y desarrollar las publicaciones que tiendan a difundir el conocimiento de la Historia y las ciencias y disciplinas afines;
- Contribuir a las funciones de servicio y de extensión universitaria, en el campo de las especialidades que le correspondan;
- Colaborar en la conservación, defensa e incremento del patrimonio cultural de la nación.

Su estructura orgánica está contenida en el “Reglamento General de la Escuela de Historia, Capítulo I, ORGANIZACIÓN Y FINES, Artículo 2º., que textualmente indica: “La Escuela de Historia funcionará adscrita al Consejo Superior Universitario, en tanto se determina su ubicación o integración dentro de una unidad académica mayor.

Para los efectos de funcionamiento, se le considera con las mismas calidades y atribuciones que a las Escuelas Facultativas asignan los Estatutos de la Universidad; sus egresados tendrán también las mismas calidades, atribuciones, obligaciones y derechos que los egresados de dichas Escuelas.”

1.3 METODOLOGIA

1.3.1. Descripción del Método

“El Método se define como el procedimiento para alcanzar un objetivo”.
(Piloña, G. 2012).

El presente diagnóstico ha sido desarrollado a través del Método Inductivo¹, el cual obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, es decir, va de lo particular a lo general. Este método se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos los casos.

El Método Inductivo se compone de las siguientes etapas: Intuición, observación, experimentación, análisis y comparación. Este método tuvo sus orígenes en las ideas de Aristóteles (600 A.C.) y modificado por Francis Bacon alrededor de 1620.

En universo de esta investigación lo comprenden 67 catedráticos y 1,400 estudiantes pertenecientes todos a la Escuela de Historia, para lo cual se tomó una muestra representativa del 10%, lo que nos permitió hacer generalizaciones, observando que un mismo fenómeno se repite en una serie de elementos, pertenecientes al objeto de investigación.

Este método permitió a través de técnicas de recolección de datos; considerar la realidad comunicacional, así como obtener de manera ordenada y sistemática verdades objetivamente válidas acerca de nuestro universo en la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

¹ Concepto.de (18 de febrero de 2017). Concepto de Método inductivo. Recuperado de: <http://concepto.de/metodo-inductivo/#ixzz4Z30KGWNZ>

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Sobre las definiciones para describir las técnicas e instrumentos de recolección de datos (Piloña G. 2012) menciona:

- Es el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación.
- Son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación, para comprobar o refutar una hipótesis.
- Conjunto de mecanismos y de máquinas, así también como de sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir energía y datos. Todo ello creado con vistas a la producción, a la investigación, etc.

Para la realización del presente diagnóstico se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos:

- Observación² en la Escuela de Historia.
- Documentación obtenida de la página web oficial:
escuelahistoria.usac.edu.gt
- Entrevistas³ a Autoridades y coordinadores de Áreas específicas.
- Encuestas⁴ a estudiantes.
- Guía de Entrevista⁵.
- Modelo de encuesta.

² **La Observación:** Es la acción o actitud de aplicar atentamente los sentidos a un objeto o fenómeno para adquirir un conocimiento claro y conciso del mismo. (Piloña G. 2012).

³ **La Entrevista:** Es el proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto de fenómeno que se estudia. (Piloña G. 2012).

⁴ **La Encuesta:** Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario previamente preparado, calificado y sometido a prueba, según los particulares objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica. Su instrumento es el cuestionario. Mediante esta técnica se adquiere información de un grupo o parte de la población, a la que le denomina muestra. (Piloña G. 2012).

⁵ Es un instrumento de la investigación de campo que consiste en un formato de preguntas, estructurado y codificado para facilitar la tabulación, síntesis y análisis de los resultados. (Piloña G. 2012).

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

ACTIVIDAD	MES	Días
Lectura y documentación de los documentos relacionados al diagnóstico comunicacional	Enero	23-28
Observación	Enero	30
Reunión de presentación sobre el EPS ante autoridades de la Escuela de Historia	Enero	30
Recopilación de información	Febrero	1-4
Consulta de libros, internet, tesis y demás literatura	Febrero	1-4
Entrevista con el Licenciado Horacio Martínez Paiz, Coordinador del Área de Arqueología	Febrero	2
Entrevista con el Licenciado Mario Celada, Coordinador del Área de Antropología	Febrero	2
Entrevista con la Licenciada Elma Gil	Febrero	6
Entrevista con el Licenciado Salvador Montúfar, Coordinador del plan sabatino.	Febrero	7
Encuestas a estudiantes	Febrero	6-11
Tabulación de encuestas	Febrero	13-18
Redacción del diagnóstico comunicacional	Febrero	
Entrega del diagnóstico	Febrero	22-24

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Resultado de la observación

La primera técnica de investigación fue la observación, que fue realizada en las oficinas, pasillos y salones del edificio S-1 donde se encuentra ubicada la Escuela de Historia, en esta actividad fue utilizada una agenda para anotaciones y cámara fotográfica como material de apoyo.

La observación tenía como fin primordial, conocer e indagar en los procesos de comunicación interna y los espacios destinados a la misma, tales como carteleras, afiches, mantas y demás material disponible. Así mismo observar la relación y las actividades de cada área de estudio.

A través de esta técnica se pudo constatar que la Escuela de Historia no cuenta con un departamento de comunicación, así como tampoco con una persona responsable de generar información. En los pasillos existen tabloneros y espacios vacíos, existen pocos afiches informativos, y que la mayoría de información corresponde a eventos que ya se realizaron. Se pudo observar que existen espacios que se pueden aprovechar en el proceso de información y acercamiento con la comunidad estudiantil.

1.4.2. Fichas de las entrevistas

Entrevista Licenciado Mario Zelada

Coordinador del Área de Antropología

Fecha: 2 de febrero 2017

Lugar: Edificio S-1 Escuela de Historia, Ciudad Universitaria, 2do Nivel

Tema: La comunicación interna de la Escuela de Historia.

Medio: La entrevista se encuentra grabada en un archivo mp3 y fue autorizada por el Licenciado Mario Zelada.

Entrevista Mtro. Horacio Martínez

Coordinador del Área de Arqueología

Fecha: 2 de febrero 2017

Lugar: Edificio S-1 Escuela de Historia, Ciudad Universitaria, 2do Nivel

Tema: La comunicación interna de la Escuela de Historia.

Medio: La entrevista se encuentra grabada en un archivo mp3 y fue autorizada por el Licenciado Horacio Martínez.

Entrevista Licenciada Elma Gil

Asistente de Dirección

Fecha: 6 de febrero 2017

Lugar: Edificio S-1 Escuela de Historia, Ciudad Universitaria, 2do Nivel

Tema: Imagen proyectada y comunicación interna.

Medio: La entrevista se encuentra grabada en un archivo mp3 y fue autorizada por la Licenciada Elma Gil.

Entrevista Licenciado Salvador Montúfar

Coordinador Profesorado en Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales, jornada sabatina.

Fecha: 7 de febrero 2017

Lugar: Edificio S-1 Escuela de Historia, Ciudad Universitaria, 2do Nivel

Tema: Imagen proyectada y comunicación interna.

Medio: La entrevista se encuentra grabada en un archivo mp3 y fue autorizada por el Licenciado Montúfar.

1.4.3. Resultado de las entrevistas

Por medio de las entrevistas sistemáticas, las cuáles fueron realizadas a las personas encargadas de las carreras de mayor participación estudiantil, así como a la Licenciada Elma Gil, quién es Asistente de la Oficina de Dirección de la Escuela de Historia. Obteniéndose los siguientes resultados:

Todos los coordinadores utilizan la red social de internet Facebook y el correo electrónico para mantener comunicación con sus estudiantes, así mismo son los dos canales más utilizados para transmitir información relacionada a actividades. Entre los problemas relacionados a estos canales es que, la mayoría no tienen carácter de oficiales, ya que en la página oficial de la Escuela de Historia no existe ninguna reseña o vínculo a los perfiles de Facebook de cada Coordinación, esto permite que cada uno informe a su manera, no tienen una línea gráfica y no existe persona alguna que supervise lo publicado en cada perfil. La persona encargada de administrar la página web: <http://escuelahistoria.usac.edu.gt/> labora para el departamento de computación.

En la Escuela de Historia no existe una persona encargada de implementar procesos de comunicación, por el contrario, cada coordinación es la encargada de informar y desarrollar el proceso de comunicación, cada catedrático es responsable de mantener informados a sus estudiantes sobre todo lo relacionado a su área de estudio. La persona encargada de operar el perfil de la página Oficial en Facebook de la Escuela de Historia al parecer dejó de laborar para la institución y no dejó la contraseña que permitiera seguir utilizando ese perfil, esto se manifiesta en que la *fan page* de Escuela de Historia desde noviembre del 2016 no se actualiza.

Todos los entrevistados manifestaron la necesidad de efectuar en la Escuela de Historia un departamento de comunicación y relaciones públicas, porque lo ven como fundamental y les permitiría trascender en la información no sólo a nivel estudiantil, sino a nivel social. Es imperativo mencionaron, que exista una unidad encargada de transmitir información oficial, porque ellos como coordinadores no tienen la preparación

comunicacional, y además, las ocupaciones relacionadas a sus áreas no les permite realizar esta tarea de manera correcta, pero lo más importante es saber lo que se va a comunicar, en el tiempo y los medios que debe hacerse.

Sobre las funciones del nuevo departamento de comunicación manifestaron que, se deben aprovechar al máximo las redes y los medios de comunicación, ya que consideran son los pilares fundamentales para dar a conocer el trabajo que realizan, y uno de los retos más grandes de este nuevo departamento sería llegar a otras esferas y a otros públicos, como una forma de crecer y obviamente de educar. El proceso académico que se realiza en la Escuela de Historia es muy largo y encima los coordinadores tienen que ver la manera de divulgarlo. Esto hace imperativo contar con especialistas de la comunicación que se encarguen a tiempo completo de informar sobre todas las actividades y avances de la Escuela de Historia.

Respecto al uso y auge que han tenido las redes sociales en los últimos años, aunado al hecho de que, en la actualidad la mayoría de estudiantes de la Escuela de Historia cuenta con por lo menos una cuenta en redes sociales, consideran oportuno aprovechar este instrumento, tomando en cuenta la facilidad y economía para hacer comunicación por estas vías. Siempre que se sepan aprovechar las características de cada medio, por ejemplo, una imagen capta más la atención que un párrafo de texto o a un E-mail.

La Licenciada Elma Gil menciona que, lo que la Escuela de Historia pretende siempre es mantener informados a todos sus estudiantes sobre todo lo relacionado a trámites administrativos, pero que la imagen que pueda tenerse como institución es un tema que nunca se ha desarrollado, que la preocupación más grande de la Escuela es siempre la falta de presupuesto para lograr desarrollar campañas publicitarias y así dar a conocer los avances de la Escuela de Historia a la población guatemalteca. Una de las necesidades próximas dentro de la Escuela es desarrollar material informativo impreso como trifoliales, banners, etc., ya que se han visto en desventaja cuando participan en jornadas informativas como INFOUSAC.

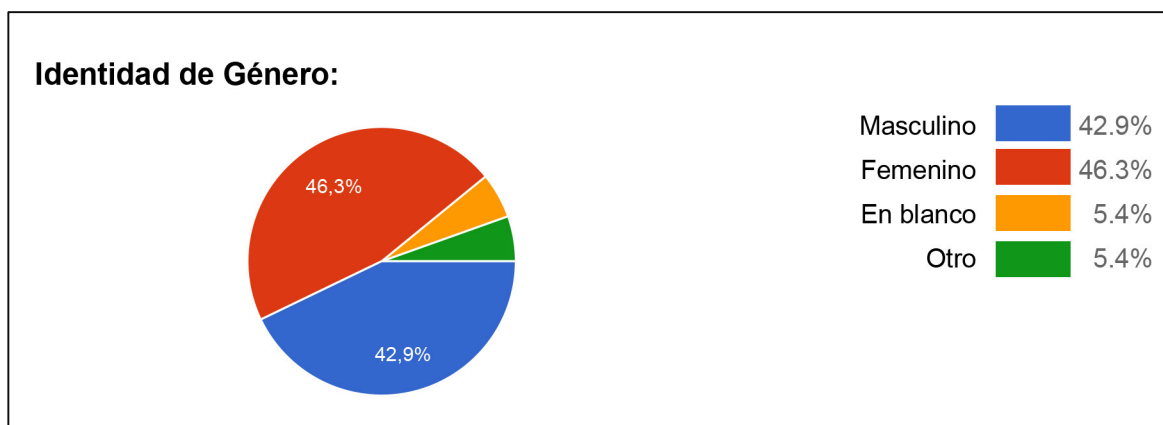
1.4.4. Tablas comparativas

Preguntas	Puntos de encuentro	Disensos
1. ¿Qué medios de comunicación utilizan actualmente para informar a la población estudiantil sobre las actividades que realizan?	Facebook Correo electrónico	Página oficial
2. ¿Cuenta con una persona encargada para esta labor?	No Los mismos coordinadores realizan y distribuyen la información.	El encargado del laboratorio de computación.
3. ¿Considera que la Escuela de Historia debe contar con un departamento de Comunicación y Relaciones Públicas?	Sí. Fundamental. Necesario.	
4. ¿En qué considera que le ayudaría este nuevo Departamento?	Información oficial. Se requieren profesionales para esta labor. Permitirá trascender. Divulgar los avances de la Escuela.	
5. ¿Considera las redes sociales como una forma efectiva de comunicarse con la población estudiantil?	Sí. Todos las usan.	Existen otros medios como la televisión y la radio.

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

Las siguientes gráficas dan a conocer los resultados obtenidos en las encuestas realizadas al 10% de estudiantes de las diferentes carreras y jornadas de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Gráfica 1.



Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: La opción era un espacio en blanco.

Como se puede observar en la Gráfica el 42.9% de los encuestados es de género masculino, la mayoría lo compone el género femenino con el 46.3%, el 5.4% lo componen otras identidades de género, mientras el otro 5.4% no respondió.

Gráfica 2.

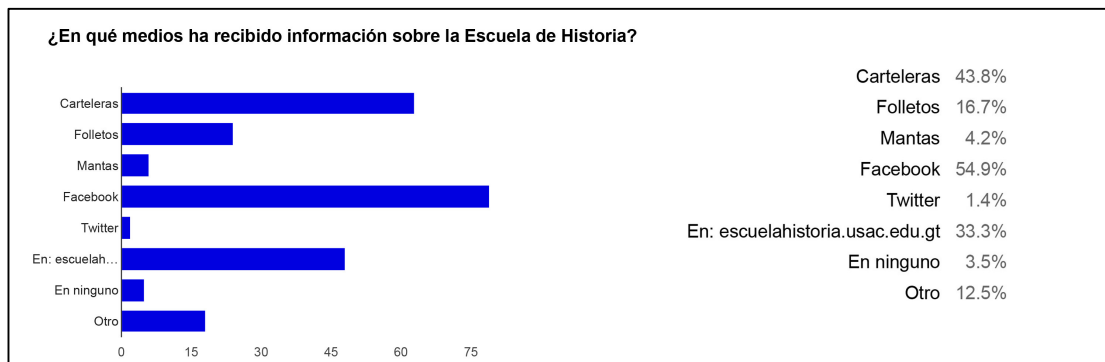


Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran: SÍ, NO y Muy Poco.

Como se puede observar en la Gráfica el 31.3% de los encuestados respondió que SÍ, el 16.7% respondió que NO, mientras la gran mayoría que comprenden el 52.1% respondió que Muy Poco.

Gráfica 3.



Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran de respuesta múltiple: Carteleras, Folletos, Mantas, Facebook, Twitter, Página Web, En ninguno y otro.

Como se puede observar en la Gráfica el 43.3% de los encuestados respondió que han estado expuestos a la información de la Escuela a través de Carteleras, el 16.7% en folletos, el 4.2% por mantas, el 54.9% que representan la mayoría fueron informados a través de Facebook, el 1.4% por Twitter, el 33.3% a través de la página Web: escueladehistoria.usac.edu.gt, el 3.5% en ninguno de los medios mencionados y el 12.5% por otro medio.

Gráfica 4.

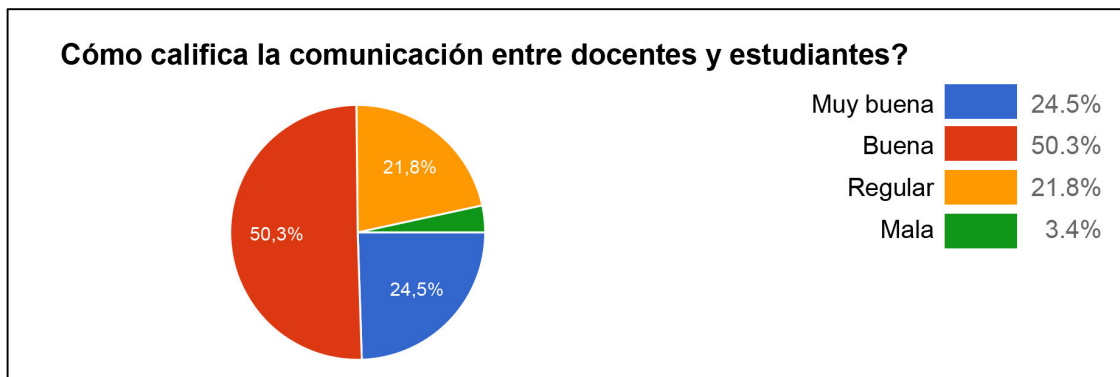


Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran: Muy buena, Buena, Regular y Mala.

Como se puede observar en la Gráfica el 9.5% de los encuestados respondió que la comunicación organizacional dentro de la Escuela de Historia es "Muy Buena", el 51% que representa la mayoría respondió "Buena", el 36.1% respondió que es Regular, mientras el 3.4% respondió que la comunicación dentro de la Escuela de Historia es "Mala".

Gráfica 5.

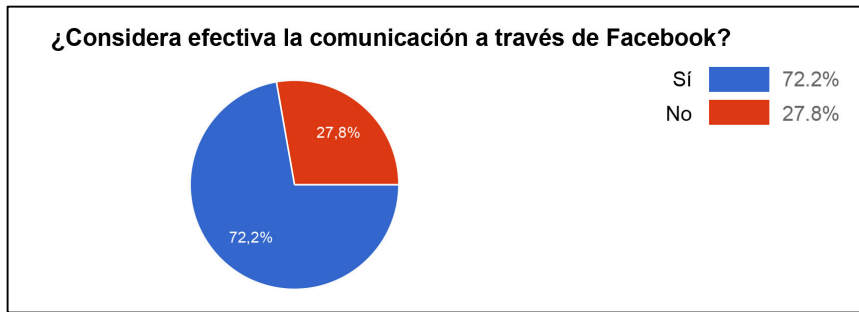


Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran: Muy buena, Buena, Regular y Mala.

Como se puede observar en la Gráfica el 24.5% de los encuestados respondió que la comunicación entre docentes y estudiantes de la Escuela de Historia es "Muy Buena", el 50.3% que representa la mayoría respondió "Buena", el 21.8% respondió que es Regular, mientras el 3.4 respondió que la comunicación entre docentes y comunidad estudiantil es "Mala".

Gráfica 6.

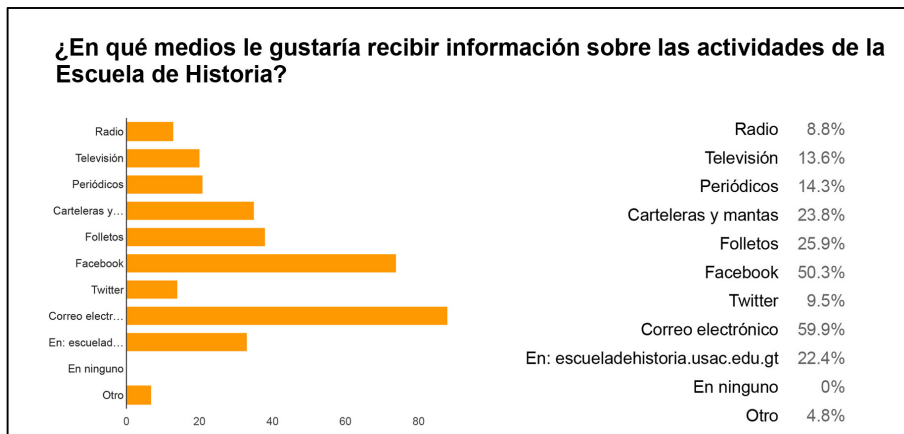


Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran: SÍ y NO.

Como se puede observar en la Gráfica el 72.2% de los encuestados que representan la mayoría respondió que la comunicación a través de Facebook es efectiva, mientras que el 27.8% de los encuestados respondió que Facebook NO es un canal efectivo de comunicación.

Gráfica 7

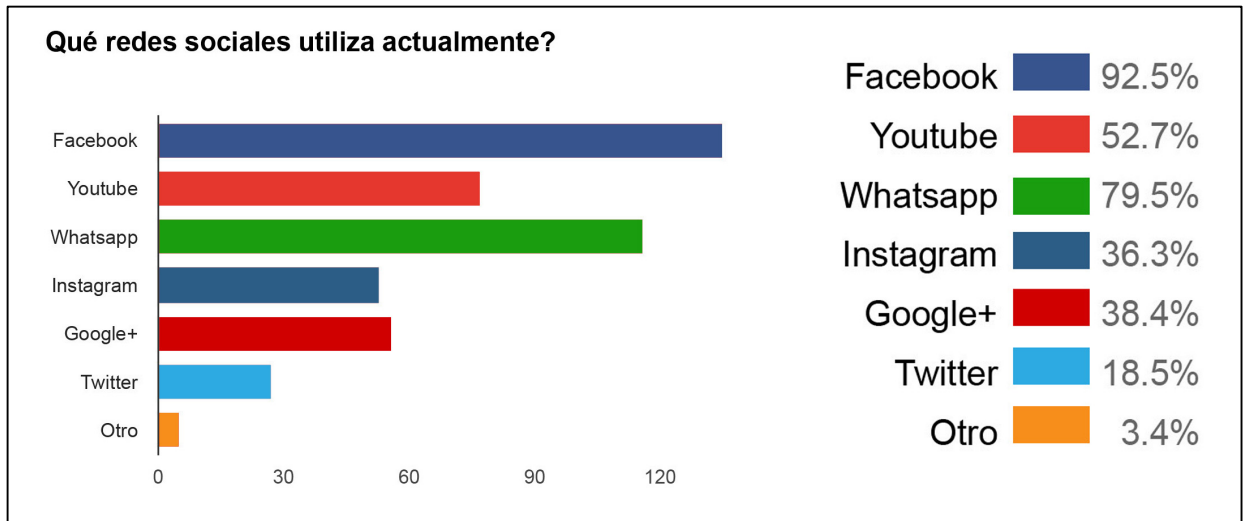


Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran de Respuestas Múltiples: Radio, Televisión, Periódicos, Carteleras y mantas, Folletos, Facebook, Twitter, Correo electrónico, página Web, en ninguno y Otro.

Como se puede observar en la Gráfica el 8.8% de los encuestados respondió que le gustaría recibir información de la Escuela de Historia a través de la radio, el 13.6% respondió que por la televisión, el 14.3% a través de periódicos, el 23.8% por Carteleras y Mantas, el 25.9 por Folletos, el 50.3% por Facebook, el 9.5% prefiere Twitter, mientras el 59.9 que representa la mayoría prefiere el correo electrónico para recibir información, el 22.4% por la página web oficial: escueladehistoria.usac.edu.gt, y el 4.8 prefiere por otro medio.

Gráfica 8.

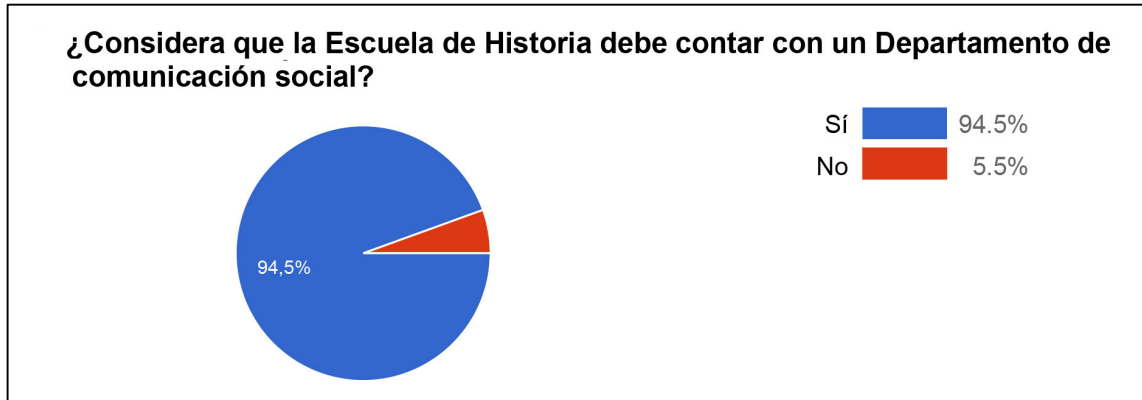


Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones eran de Respuestas Múltiples: Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Google+, Twitter y otro.

Como se puede observar en la Gráfica el 92.5% de los encuestados que representan la gran mayoría respondió que Facebook es la red social que más utilizan, el 52.7% respondieron que YouTube, el 79.8% respondieron que WhatsApp es la red social que más utilizan después de Facebook, el 36.3% utiliza Instagram, el 38.4 utiliza Google+, el 18.5% Twitter y sólo el 3.4% utiliza otra red social.

Gráfica 9.



Fuente: Isaías Antonio Juárez López 18/02/2017

CONCLUSIÓN: Las opciones de respuestas eran: Sí y NO.

Como se puede observar en la Gráfica el 94.8% que representan la gran mayoría de los encuestados respondió que la Escuela de Historia debe contar con un departamento de comunicación social y sólo el 5.5% de los encuestados respondió que NO es necesario implementar este nuevo departamento de comunicación. A continuación, presentamos las justificaciones proporcionadas por los encuestados del ¿Por qué se debe o NO impulsar una oficina de comunicación social dentro de la Escuela de Historia?

¿Por qué?

En el espacio en blanco al final de la encuesta los estudiantes podían responder o justificar el por qué es o no necesario un departamento de comunicación, las respuestas en su mayoría fueron positivas, casi todos coinciden en que este nuevo departamento vendría a solucionar las de ciencias comunicacionales con las que cuenta la Escuela de Historia. Las preocupaciones de los estudiantes son muy parecidas, información sobre cursos, trámites, comunicación entre docentes y estudiantes, no es lo mismo recibir información virtual a que exista una oficina a dónde acudir en caso de dudas. Entre las pocas respuestas negativas se encontró que no se considera conveniente una oficina de este tipo, porque es una unidad académica relativamente pequeña.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

Dentro de los procesos de planificación estratégica, el análisis FODA es una de las herramientas más valiosas para la definición de estrategias útiles para el desarrollo institucional, en este sentido, la Escuela de Historia cuenta con las siguientes FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS:

1.5.1. Fortalezas

- Cuenta con filosofía institucional.
- Cuenta con herramientas virtuales como página web y redes sociales.
- Cuenta con un buen equipo de profesionales dispuestos a mejorar la comunicación interna.
- Cuenta con un equipo básico, que incluye programas de computación, grabación y producción de material audiovisual.
- Normas y Reglamentos internos vigentes.
- Área disponible apropiada para la práctica supervisada.
- Infraestructura apropiada en el edificio S-1.
- Ambientes acondicionados para la enseñanza-aprendizaje
- Acceso al conocimiento.
- Personal docente y administrativo que tienen un alto sentido de compromiso con la Escuela de Historia.

1.5.2. Oportunidades

- Se puede mejorar la comunicación interna con buenas estrategias de comunicación.
- Mejorar la imagen que se tiene de la Escuela de Historia.
- Se pueden aprovechar las herramientas de comunicación.
- Expansión a nuevos nichos de mercado a través de la comunicación.
- Acceso a los medios de comunicación.
- Se cuenta con una nueva Junta Directiva comprometida con el crecimiento institucional, a la cual se le puede plantear la necesidad de ejecutar un

departamento de comunicación y relaciones públicas.

- Elaboración del Manual de comunicación en redes sociales e imagen institucional.
- Capacitación y formación de docentes en redes sociales.
- Elaboración de una estrategia de divulgación de la imagen institucional.

1.5.3. Debilidades

- No se aprovechan de manera adecuada los espacios físicos para proporcionar información.
- No cuenta con estrategias de comunicación
- No posee manuales administrativos
- No cuenta con personal especializado en comunicación.
- Falta de presupuesto.
- Pensum desactualizado.
- Muy poca información oficial.
- No cuenta con imagen institucional.

1.5.4. Amenazas

- La falta de comunicación podría perjudicar a la población estudiantil.
- La falta de presupuesto podría impedir la implementación de una oficina de Comunicación.
- Oportunidades perdidas por falta de aprovechamiento de los espacios políticos y sociales.
- El cambio de autoridades cada 4 años pone en riesgo la continuidad de los proyectos que se elaboran.
- Escasos recursos para realizar campañas publicitarias.
- Poco tiempo para realizar los materiales informativos.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

A pesar de que uno de los objetivos de la Escuela de Historia es divulgar todos los aspectos relacionados a la Historia guatemalteca nunca ha contado con un departamento de comunicación que se encargue de esta función; esto se ve reflejado en el organigrama general de la Escuela de Historia desde su separación de la Facultad de Humanidades en el año 1974. Cuenta con página web y mantiene presencia en redes sociales especialmente en Facebook.

Actualmente, la Escuela de Historia carece de un departamento o persona encargada de divulgar los avances y actividades relacionadas a la Historia guatemalteca, tampoco se encuentran registros o material relacionado al aspecto comunicacional dentro y fuera de la Escuela de Historia; si bien se han logrado espacios en medios de comunicación masivos como Prensa Libre, Canal 7, entre otros, no existe una línea de comunicación orientada a la creación o posicionamiento de la escuela en la sociedad guatemalteca.

La Escuela de Historia cuenta con el Instituto de Investigaciones Históricas, Antropológicas y Arqueológicas -IIHAA- quien en los últimos años ha producido numerosas investigaciones, cuyos resultados son difundidos a través de publicaciones como la Revista Estudios, los Boletines Informativos y de manera más reciente a través de la revista electrónica Estudios Digital. Estas publicaciones son distribuidas gratuitamente entre los estudiantes y docentes de las distintas áreas de la Escuela de Historia.

La Escuela de Historia siempre ha contado con la necesidad de un departamento u oficina de comunicación, esto para lograr uno de sus más grandes objetivos, descritos desde su fundación; divulgar todos los aspectos de la historia y de su historia.

2.2. OBJETIVOS de la comunicación

2.2.1. Objetivo general

- Mejorar la comunicación interna en la Escuela de Historia en la Universidad de San Carlos de Guatemala especialmente en divulgar las funciones, actividades y avances de la misma.

2.2.2. Objetivos específicos

- Informar a los estudiantes de la Escuela de Historia sobre los avances, logros y actividades que se desarrollan en la Escuela.
- Desarrollar una imagen visual que unifique todos los materiales informativos.
- Elaborar material informativo para estudiantes de nuevo ingreso.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El grupo objetivo del presente plan de comunicación lo conforman Autoridades, Coordinaciones, Consejo Directivo y el público objetivo propio de la Escuela de historia que lo conforman cerca de 1,400 estudiantes regulares, así como estudiantes que se encuentran en fase de ingreso, quienes presentan un fuerte interés por conocer, conservar, rescatar, resguardar y administrar el patrimonio documental del país.

2.4. MENSAJE

Se transmitirá la idea de unidad dentro de la Escuela de Historia, así como el compromiso hacia la comunidad estudiantil y la idea de modernidad en los procesos de enseñanza.

El mensaje será: Unidad, compromiso y modernidad.

2.5. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Luego de realizado el diagnóstico de comunicación e identificar las necesidades internas con las que cuenta la Escuela de Historia en materia de comunicación se obtuvo la información suficiente para sustentar la propuesta siguiente, la cual responde únicamente al objetivo de mejorar la comunicación interna, las mismas consisten en, primero; la creación de un departamento de comunicación social; segundo, desarrollar la identidad visual e implementación de la misma a través de la papelería institucional; tercero, la impresión de 500 hojas membretadas para fortalecer la imagen institucional y, por último; el rediseño de trifoliales de las carreras que la Escuela de Historia ofrece a la población guatemalteca.

Estas acciones para mejorar la comunicación interna, tienen como finalidad proteger y manejar la identidad institucional. Gestionar y ampliar las bases de datos de todos los estudiantes, particularmente los de primer ingreso. Unificar todos los procesos comunicativos que se generen dentro de la Escuela, establecer nuevos canales de comunicación, así como optimizar los actuales.

2.6. ACCIONES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

2.6.1. Elaboración del Manual para la Creación de un Departamento de Comunicación Social

Al proponer un Manual para la creación de un departamento de comunicación se está definiendo el punto de partida para mejorar las deficiencias de las que adolece la Escuela de Historia en materia de comunicación.

Con el Manual se logrará una mejor canalización de los procesos necesarios para la apertura de una oficina de comunicación social. Esta oficina estará destinada a desarrollar estrategias y procesos para lograr la correcta utilización de los medios pertinentes, dependiendo por supuesto, de la información, y para quienes vaya dirigida esa información o ideas.

En el Manual se desarrollará cada uno de los elementos, puestos y recurso humano que conforman un departamento de comunicación social; información que la Escuela de Historia debe conocer antes de abrir una oficina dedicada a la comunicación.

Acción 1	
¿A qué estrategia responde la acción?	A la creación de un departamento de comunicación social.
Problema	Poca presencia en medios masivos y alternos, como redes sociales.
Producto	Manual de inducción
Objetivo comunicacional	Proporcionar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda crear una oficina de comunicación social.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público objetivo	Consejo Directivo y Dirección.
Medio de difusión	Impreso y digital. 3 impresiones en total para el Consejo Directivo y Dirección.



Tabla de contenido

Presentación
Justificación
Misión y visión
Objetivos y funciones
Introducción al departamento de comunicación
Áreas de acción del departamento de comunicación
Organigrama/Estructura del departamento de comunicación
Políticas generales
Descripción de puestos
Perfil del director de comunicación
Perfil recurso humano
Instrumentos necesarios
Presupuesto.

Forma de entrega: La entrega del Manual para la creación de un Departamento de Comunicación Social se realizará de forma digital en formato editable y pdf, de igual manera se entregarán 3 ejemplares impresos para uso y consultas futuras. Previo a la entrega se realizará una presentación a las autoridades de la Escuela de Historia.

Tiraje a entregar: 3 ejemplares

Inducción sobre uso: Se explicará paso a paso la Creación del Departamento de Comunicación, se hará de la manera más sencilla y comprensible posible para facilitar su uso.

2.6.2. Creación de la identidad visual de la Escuela de Historia

La identidad visual de una institución es la manifestación física de la marca, en ella se hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad visual está ligada a la trayectoria e historia de la institución. Por lo general incluye un logo y elementos de soporte, generalmente y para su fácil uso se detallan y plasman en un manual de identidad visual.

En este documento se establecen los materiales que más se utilizan para reflejar la imagen de una institución, se establecen los elementos imprescindibles de la imagen institucional, así como su aplicación y espacios designados para cada uno de ellos.

Acción 2	
¿A qué estrategia responde la acción?	A la creación de la identidad Visual de la Escuela de Historia.
Problema	Falta de imagen y línea gráfica
Producto	Manual de inducción
Objetivo comunicacional	Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda impulsar una imagen visual que proyecte unidad y modernidad.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público objetivo	Consejo Directivo y Dirección
Medio de difusión	Impreso y digital. 3 impresiones en total para el Consejo Directivo y Dirección.

Boceto de portada

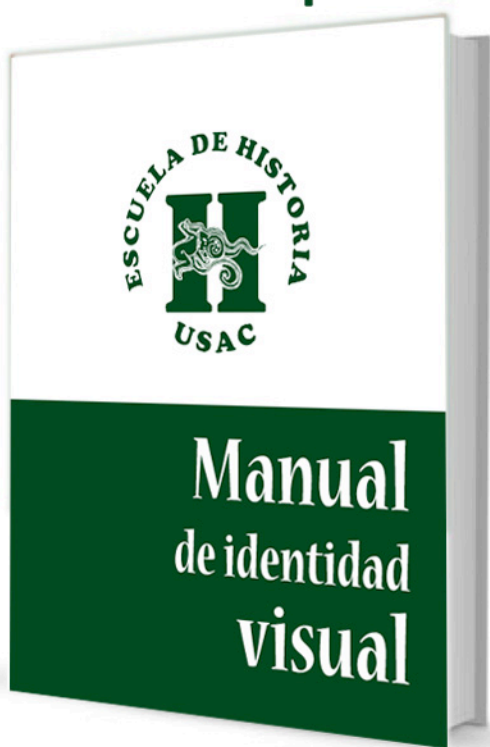


Tabla de contenido

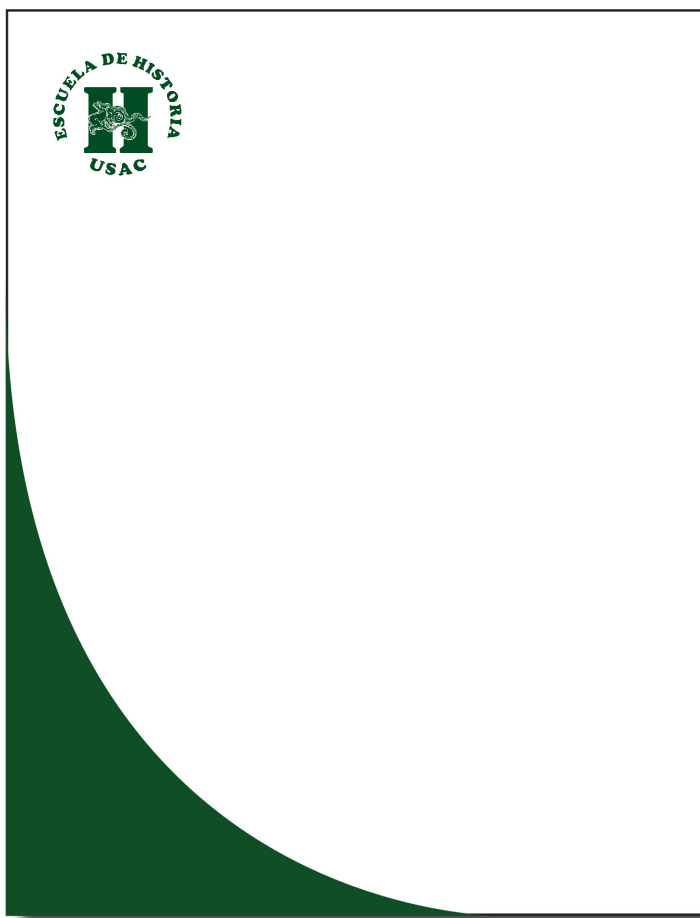
- Introducción
- Elementos de identidad visual
- Logotipo
- Área de protección
- Color
- Uso incorrecto del logo y el color
- Colocación sobre fondos.
- Papelería institucional.
- Hoja membretada
- Sobre membretado
- Tarjeta de presentación
- Página web
- Plantilla redes sociales
- Plantilla Power Point.
- Recomendaciones
- Conclusiones

Forma de entrega: La entrega del Manual de identidad visual se realizará de forma digital en formato editable y pdf, de igual manera se entregarán 3 ejemplares impresos para uso y consultas futuras. Previo a la entrega se realizará una presentación a las autoridades de la Escuela de Historia.

Tiraje a entregar: 3 ejemplares y archivos editables en digital.

Inducción sobre uso: Se explicará paso a paso el uso del logo y el color institucional y su aplicación en la mayoría de material impreso, se hará de la manera más sencilla y comprensible posible para facilitar su uso.

2.6.3 Impresión de hojas membretadas



Boceto hoja membretada.

Acción 3	
¿A qué estrategia responde la acción?	A la implementación de la nueva identidad visual.
Tamaño	Carta.
Producto	Material impreso
Objetivo comunicacional	Proporcionar a la Escuela de Historia un instrumento que constituya un pilar fundamental para fortalecer la imagen institucional.
Material	Bond 80 crema
Público objetivo	Consejo Directivo y Dirección
Medio de difusión	Impreso y digital. 500 impresiones en total para uso en oficinas centrales

2.6.4. Rediseño del material informativo de todas las carreras de la Escuela de Historia.

Rediseño de lo trifoliales informativos sobre las siguientes carreras:

- Licenciatura en Historia
- Licenciatura en Arqueología
- Licenciatura en Antropología
- Licenciatura Enseñanza de la Historia
- Profesorado en Enseñanza Media
- Técnico Universitario en Archivos
- Maestría en Historia del Arte

Para distribuir en talleres y charlas específicas, así como la actividad INFOUSAC.

Acción 4	
¿A qué estrategia responde la acción?	Rediseño de trifoliales
Problema	Falta de información para estudiantes de nuevo ingreso.
Producto	Material informativo
Objetivo comunicacional	Proporcionar a la Escuela de Historia el material que constituya un pilar fundamental para informar a la comunidad de nuevo ingreso.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Estudiantes de nuevo ingreso
Medio de difusión	3 muestras impresas y archivo digital.

Licenciatura en Arqueología

*L*a Escuela de Historia nació como unidad académica independiente (Escuela No Facultativa) en agosto de 1974, después de la separación del Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades. Se le concede su estatus jurídico legal por el Consejo Universitario como unidad académica no facultativa en mayo de 1975 con la aprobación de su Reglamento General.

Es la unidad académica de educación superior pública y Estatal encargada de la formación integral teórico-práctica de profesionales con identidad, responsabilidad, ética, integridad, transparencia, solidaridad, compromiso y conciencia social, en el campo de la Historia, Antropología, Arqueología y Arqueológica a nivel de pre-grado, grado y postgrado.

INFORMACION GENERAL:

*L*a Carrera de Licenciatura en Arqueología de la Universidad de San Carlos de Guatemala se imparte en la Escuela de Historia y tiene como objetivo formar científica, académica y técnicamente a los futuros profesionales en Arqueología.

La Carrera de Arqueología surge como tal, con la creación de la Escuela de Historia, llenándose el vacío de profesionales nacionales que se dedicarán a este campo, en un país con enorme riqueza arqueológica.

PRÁCTICAS:


La aplicación técnica de la carrera de Arqueología se implementa a través de las Prácticas de Campo, las que se desarrollan durante períodos de 22 a 30 días por temporada, son cuatro las Prácticas de Campo y dos gabinetes o prácticas de laboratorio, que se realizan en lapsos más flexibles y versan sobre diversos aspectos de la carrera (materiales cerámicos, líticos, óseos, archivos, entre otros) su desarrollo oscila entre 3 y 6 meses cada uno.

Las prácticas en general pueden realizarse una vez cumplidos los requisitos estipulados en el Reglamento de la Carrera de Arqueología.

REQUISITOS:

Para ingresar a la Escuela de Historia se requiere haber aprobado la Prueba de Conocimientos Básicos PCB de Lenguaje aplicada por el SUN y la Prueba Específica de Ciencias Sociales. Están exonerados de realizar dichas pruebas solamente las personas discapacitadas y los graduados a nivel licenciatura egresados de cualquiera de las unidades académicas de la USAC.

Así mismo la USAC exonera de realizar la PCB a sus estudiantes con cierre de Pensum en cualquier carrera.


Escuela de Historia
USAC

Licenciatura
en Arqueología

guía informativa

Edificio 5-1, Segundo Nivel,
Ciudad Universitaria, Zona 12
Tels: 2476-9854 • 2476-9866
e-mail: usachisto@usac.edu.gt

Boceto trifoliare

Objetivo comunicacional: Informar a la comunidad estudiantil de primer ingreso.

Medidas: Carta (8.5 x 11")

Material: Bond 80 gramos.

Tiraje: 35 impresiones (5 de cada uno)

Formato digital:

Forma de distribución del material: Impreso y digital.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

3.1.1. Financiamiento

El epesista realizó el 100% de los aportes económicos correspondientes a diseño, diagramación e impresión de todos los materiales.

3.1.2. Presupuesto invertido

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
1	Asesoría comunicacional	Q5,000.00	Q5,000.00	Epesista
3	Impresión de Manual para la Creación de un Departamento de Comunicación Social.	Q85.00	Q255.00	Epesista
3	Impresión de Manual de Identidad Visual.	Q85.00	Q255.00	Epesista
500	Impresión de hojas membretadas	Q0.75	Q370.00	Epesista
7	Diseño de trifoliales	Q100	Q700.00	Epesista
TOTAL			Q6,580.00	

Isaías Antonio Juárez López, mayo 2017.

Financiamiento	Monto Q.
Epesista	Q6,580.00
Escuela de Historia, USAC	Q0.00
Patrocinio	Q0.00
TOTAL	Q6,580.00

Isaías Antonio Juárez López, mayo 2017.

3.1.3. Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<p>Beneficiarios primarios: Autoridades y Secretaría académica Escuela de Historia, USAC/</p>	<p>El beneficio principal está dirigido a la Secretaría Académica. Ahora cuentan con una imagen visual moderna y fresca que proyecta unidad y compromiso. La nueva identidad visual le da valor y permite posicionar a la Escuela de Historia en la mente de sus estudiantes para ser reconocida y recordada fácilmente.</p> <p>El diseño de la identidad visual contiene elementos como logotipo, tipografía y colores corporativos que ahora se manifiestan en las hojas membretadas, trifoliales, sobres, tarjetas de presentación, etc.</p>
<p>Beneficios secundarios: Estudiantes regulares y de nuevo ingreso</p>	<p>Ahora pueden acceder a la información actualizada en los nuevos trifoliales para cada una de las carreras que se imparten en la Escuela de Historia.</p> <p>La nueva imagen visual tiene como fin primordial fomentar el sentido de pertenencia, que es un sentimiento de vinculación hacia la Escuela de Historia.</p>

3.1.4. RECURSOS HUMANOS

Personal	Cargo	Actividad
Licenciada Olga Pérez	Secretaria Académica	Apoyo total e incondicional en la coordinación de las actividades programadas en la implementación de la estrategia comunicacional.
Licenciada Elma Gil	Asistente de Dirección	Asesoría y apoyo en el diseño durante la práctica supervisada. Revisión y autorización del Manual para la Creación de un Departamento de Comunicación Social y del Manual de Identidad Visual. Apoyo en el diseño de material gráfico.
Licenciado Mario Zelada	Coordinador Área de Antropología	Asesoría y apoyo durante la práctica supervisada
Licenciado Salvador Montúfar	Coordinador Jornada Sabatina	Apoyo en temas históricos relacionados a la Escuela.
Licenciado Horacio Martínez Paiz	Coordinador Área Antropología	Apoyo en temas históricos relacionados a la Escuela.

3.1.5. Áreas geográficas de acción

- Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicada en la Ciudad Universitaria, zona 12. Edificio S-1, en el segundo nivel.
- El laboratorio de computación donde se realizó todo lo concerniente a investigación bibliográfica y diseño gráfico se ubica en el primer nivel del mismo edificio.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia 1:

ELABORACIÓN DEL MANUAL PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Objetivo comunicacional:

Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda crear una oficina dedicada a la Comunicación social.

Descripción:

Se realizó un Manual de inducción conteniendo toda la información necesaria que permita a la Escuela la apertura de una oficina dedicada a la comunicación, con el fin de fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso para con la comunidad estudiantil y población en general.

Acciones desarrolladas:

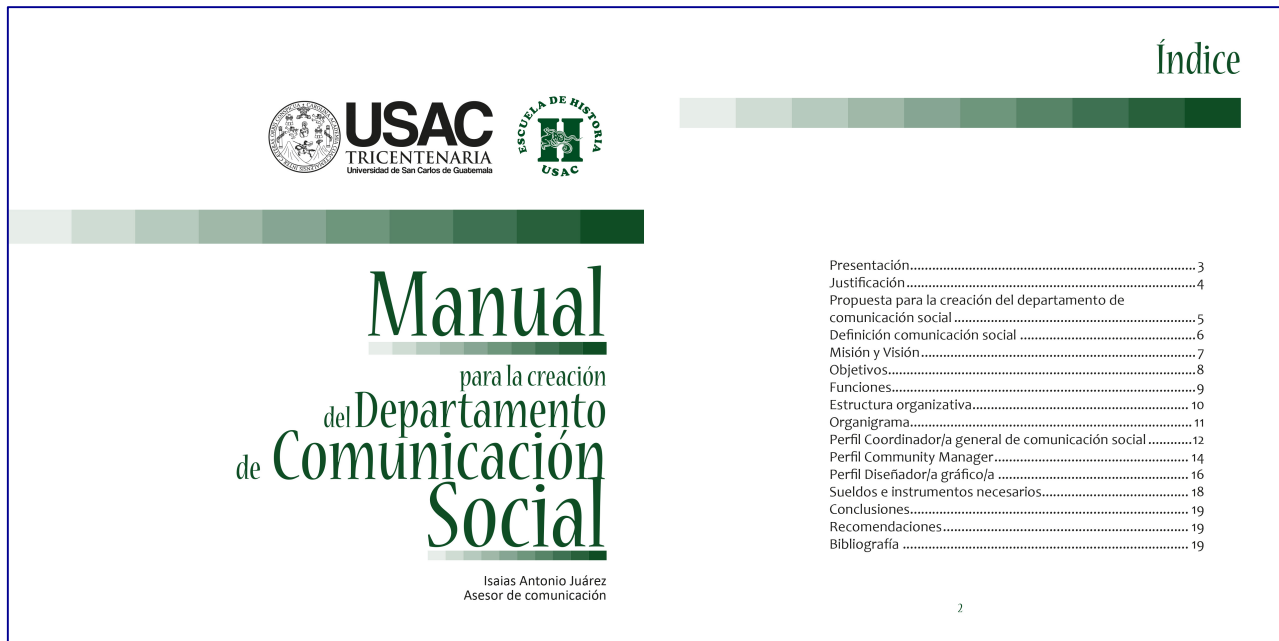
1. **Elaboración del Manual de inducción. Se procedió a la redacción de la propuesta que contiene la definición de comunicación social, misión y visión de este importante departamento. Se definieron los objetivos, sus funciones, su estructura organizativa, se elaboró el organigrama y lo más**

importante es que, se definieron los perfiles para los puestos en este nuevo departamento, perfil para el/la Coordinador/a general de comunicación social, perfil del Community Manager y el perfil para diseño gráfico. Se definieron salarios acordes al mercado nacional, así como todos los instrumentos necesarios para esta importante oficina.

2. **Presentación del Manual.** Se presentó el Manual en su versión final a la Licenciada Elma Gil en formato impreso y digital pdf de alta resolución.



Epesista Isaías Juárez entrega el Manual para la creación del Departamento de Comunicación Social a la licenciada Elma Gil, asistente de Dirección. Junio 2017.



Portada y tabla de contenido del Manual para la creación del Departamento de Comunicación Social. Junio 2017.

Estrategia 2:

Desarrollar la identidad visual de la Escuela de Historia

Objetivo comunicacional:

Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda impulsar una imagen visual que proyecte unidad y modernidad.

Descripción:

Se realizó un Manual de inducción conteniendo toda la información relacionada a la identidad visual a nivel institucional, que permita a la Escuela de Historia impulsarse como marca con el fin de lograr recordación y un sentimiento de pertenencia entre sus estudiantes.

Acciones desarrolladas:

1. Elaboración del Manual de Identidad Visual.

Se procedió a describir a la Escuela de Historia y su implicación como marca, así como la filosofía de la misma. Algo muy importante fue la descripción de los elementos que comprenden el logotipo de la Escuela de Historia. Se definieron los márgenes de protección entorno al logo, así como las versiones en positivo y negativo del mismo.

Se definieron las posibles combinaciones de color permitidas, fuentes tipográficas de carácter institucional. Se delimitaron los usos incorrectos del logotipo más frecuentes. Se describió la importancia de la comunicación institucional y se procedió a enlistar los formularios internos que más necesita la Escuela de Historia.

Se diseñó la plantilla, la cabecera y el fondo de la nueva imagen visual y su aplicación en los siguientes materiales: Hojas membretadas, sobres postales, Tarjetas de presentación y diplomas. Se le realizaron los cambios sugeridos por la licenciada Elma Gil, hasta lograr la imagen que fuera aprobada por la Dirección de la Escuela de Historia.

Se llegó a la conclusión que, los elementos que conforman la identidad visual debían estar presentes en todos los materiales impresos y digitales que se desarrollaran dentro de la Escuela de Historia y se procedió ejemplificar su uso en afiches, trifoliales, página web, Facebook, comunicados. Como último punto se agregó al Manual una breve descripción de la terminología empleada en el mismo.

2. Presentación del Manual.

Se presentó el Manual en su versión final a la Licenciada Elma Gil en formato pdf de alta resolución. Así como el diseño de todos los materiales en versión editable en el programa de diseño Adobe InDesign. Y se logró su aprobación final.



Entrega del Manual de Identidad Visual a la licenciada Elma Gil, asistente de Dirección. Julio 2017.



Manual de identidad visual

Isaías Antonio Juárez
Asesor de comunicación

Índice

Presentación.....	3
La marca	5
Filosofía institucional.....	6
Descripción del logo	7
Planimetría del logo	8
Colores institucionales	10
Tipografía	11
Usos incorrectos del logotipo.....	12
Comunicación institucional	13
Material de comunicación y promoción.....	17
Terminología.....	23

Portada y tabla de contenido del Manual de Identidad Visual.

USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

Edificio S-1, 2do. Nivel, Ciudad Universitaria, zona 12
Teléfonos: (502) 24188802 (502) 24188801
Email: eschistoriausac@gmail.com

USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

Escuela de Historia
Coordinación Ciclo Introductorio

Invitan a:

Curso de estrategias para fortalecer la comprensión lectora

Jueves de 16:00 a 18:00 horas, del 18 de abril al 16 de mayo

Edificio S1.

Es totalmente gratuito e incluye el costo de trabajo.

Constancia de participación.

USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

Otorga el presente
Diploma

A: _____

Por su participación en el curso Sociología General.

Guatemala, 16 de agosto 2017

Secretaría Académica Director Escuela de Historia

USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

Edificio S-1, 2do. Nivel, Ciudad Universitaria, zona 12 Teléfonos: (502) 24188802 (502) 24188804
Email: eschistoriausac@gmail.com

Timeline About Photos Videos More



USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

Perfil de ingreso deseado

En esta carrera se requiere una dedicación al estudio con documentos manuscritos de los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX, lecturas biográficas e historiográficas, a la vez capacidad de lectura e interpretación, y un afán especial por la investigación, así como una gran seriedad y ganas por la superación y mejoramiento por el patrimonio histórico, cultural y artístico de nuestro país.

Objetivos de la carrera

- Formar profesionales de Historia con una sólida preparación científica que les permita contribuir en la investigación e interpretación de la realidad nacional.
- Investigar, estudiar y divulgar con una base científica todos los aspectos relacionados a la Historia, especialmente cuando se refieren al ámbito nacional e internacional.
- Formar profesionales que respondan a la necesidad de promover la conservación, información y divulgación del patrimonio nacional en el campo de la Historia, así como proponer e implementar la solución de los problemas de nuestra sociedad y promover relaciones sociales e históricas.
- Preparar profesionales capaces de utilizar métodos científicos que favorezcan la investigación de los problemas de nuestra sociedad y la transformación progresiva del Estado.
- Formar profesionales para la enseñanza de la Historia.

Licenciatura en Historia

Guía informativa

USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

INICIO NOSOTROS CARRERAS BIBLIOTECA IHMAA CICLO INTRODUCTORIO

Inicio de Clases 1o. Semestre 2017
19 de Julio (Plan Diario) y 15 de Julio (Sábado).

Prueba Operacional Prueba Teórica
Miércoles 12 de Julio 16:00hrs. 01 Torcer Nivel Salón 303

USAC TRICENTENARIA Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia

Nombre Apellido
Cargo en la institución
Cel.: 0000-0000

Edificio S-1, 2do. Nivel, Ciudad Universitaria, zona 12
Teléfonos: (502) 24188802 (502) 24188804
Email: eschistoriausac@gmail.com

Imagen visual aprobada. Julio 2017

Estrategia 3.

Impresión de 500 hojas membretadas

Objetivo comunicacional:

Proporcionar a la Escuela de Historia un instrumento que constituya un pilar fundamental para fortalecer la imagen de la institución.

Descripción:

Se realizó la impresión de 500 hojas membretadas en material bond crema, las mismas están impresas a dos colores de tinta descritos en el Manual de Identidad Visual (Verde oscuro y negro).

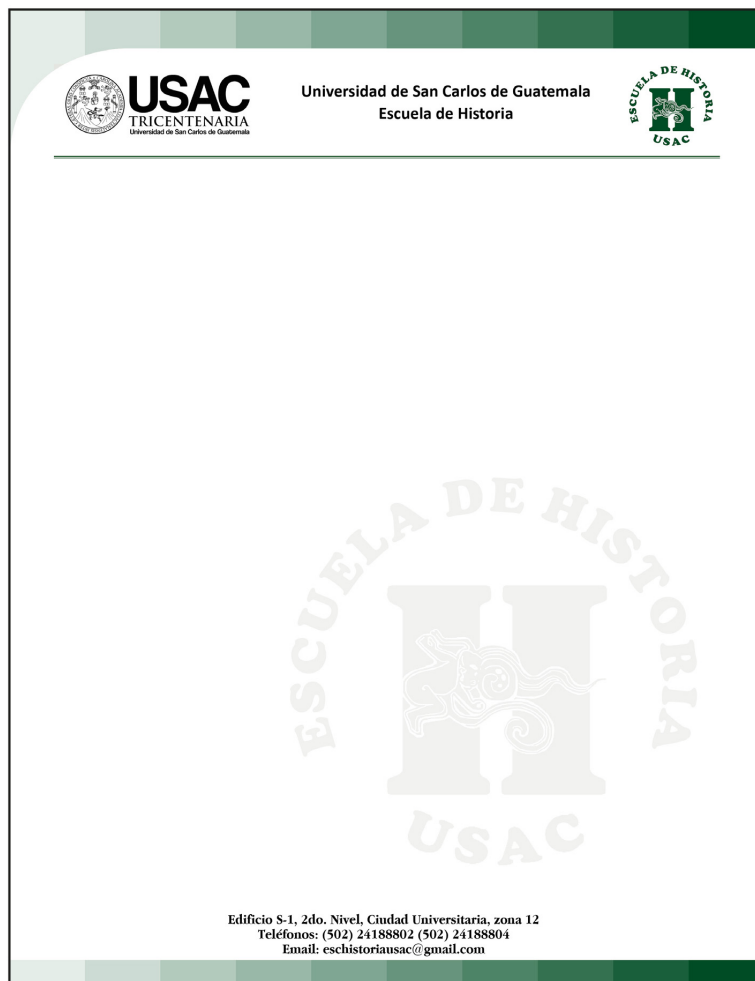
Acciones desarrolladas:

- 1. Impresión, conjuntamente con la licenciada Elma Gil se eligió el tipo de material que se utilizaría para las hojas membretadas, se eligió el papel bond crema porque su textura y color combina con los colores de tinta previamente descritos en el Manual de Identidad Visual. La cantidad ya se había acordado desde el Plan de Comunicación. Las hojas fueron impresas en Litografía Mercurio, ubicada en la Zona 1 de la Ciudad de Guatemala.**

- 2. Presentación y entrega del material.**

Se presentaron y entregaron las 500 hojas membretadas a la licenciada Elma Gil.

Hoja membretada carta



Diseño de hoja membretada autorizada para impresión. Julio 2017

Estrategia 3.

Rediseño de los trifoliales informativos de las carreras que se imparten en la Escuela de Historia.

Objetivo comunicacional:

Proporcionar a la Escuela de Historia el material que constituya un pilar fundamental para informar a la comunidad estudiantil de primer ingreso.

Descripción:

Se realizó el rediseño de los trifoliales informativos de las siguientes carreras:

- **Técnico universitario en Archivos**
- **Profesorado en Historia y Ciencias Sociales**
- **Licenciatura en Historia**
- **Licenciatura para la enseñanza de la Historia**
- **Licenciatura en Arqueología**
- **Licenciatura en Antropología**

Acciones desarrolladas:

1. **Bajo la asesoría y supervisión de la licenciada Elma Gil se definió la información de los nuevos trifoliales, ya que los datos que los anteriores trifoliales contenían estaban desactualizados. Con la información previamente redactada se inició al definir los elementos que acompañarían al nuevo material informativo. Se diseñaron varias propuestas hasta lograr el diseño final que llenara las expectativas de la Escuela de Historia.**

2. Presentación y entrega del material.

Se presentó y entregó el nuevo diseño de los trifoliales informativos de cada una de las carreras en versión impresa en material couché, además se entregaron archivos en formato pdf de alta resolución y en versión editable en el programa de diseño gráfico Adobe InDesign.



Entrega del nuevo diseño de los trifoliales a la licenciada Elma Gil, asistente de Dirección. Julio 2017

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes	Junio				Julio			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Diseño y redacción del Manual para la creación de un Departamento de Comunicación								
Diseño y redacción del Manual de identidad visual								
Rediseño de Trifoliales								
Impresión de materiales								
Presentación a las autoridades de la Escuela de Historia								

Isaias Antonio Juárez López, mayo 2017.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	Indicadores cuantitativos (Participación)	Indicadores cualitativos (Comentarios u opiniones)
<p>Elaboración del Manual para la Creación de un Departamento de Comunicación Social.</p> <p>Objetivo de la estrategia: Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda crear una oficina dedicada a la Comunicación social.</p>	<p>Se entregaron 3 ejemplares impresos y archivos digitales en versión pdf de alta resolución para futuras consultas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Esta guía nos sirve y nos brinda las directrices para la creación de un departamento de comunicación social. • Un departamento de comunicación ya es una necesidad. • Con la creación del departamento de comunicación los beneficiados son los estudiantes. <p>Licda. Elma Gil, Asistente de Dirección.</p>
<p>Impresión de 500 hojas membretadas</p> <p>Objetivo de la estrategia: Proporcionar a la Escuela de Historia un instrumento que constituya un pilar fundamental para fortalecer la imagen de la institución.</p>	<p>Se imprimieron 500 hojas membretadas y se beneficiarán los estudiantes que realicen sus trámites.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante contar con papelería institucional. • Las nuevas hojas membretadas transmiten modernidad. • Las hojas membretadas fortalecen la imagen institucional. <p>Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica.</p>
<p>Desarrollar la identidad visual de la Escuela de Historia.</p> <p>Objetivo de la estrategia: Brindar un instrumento de inducción para que la Escuela de Historia pueda impulsar una imagen visual que proyecte unidad y modernidad.</p>	<p>Se entregaron 3 ejemplares impresos y archivos digitales en versión pdf de alta resolución para futuras consultas. Así como los archivos editables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las herramientas y recomendaciones del Manual de Identidad Visual que servirán para posicionar la imagen de la Escuela. • Es importante contar con una identidad visual moderna y fresca. • Es importante que todas las papelerías tengan carácter de institucional. <p>Licda. Elma Gil, Asistente de Dirección.</p>
<p>Rediseño del material informativo de todas las carreras de la Escuela de Historia.</p> <p>Objetivo de la estrategia: Proporcionar a la Escuela de Historia el material que constituya un pilar fundamental para informar a la comunidad estudiantil de primer ingreso.</p>	<p>Se diseñaron los 6 trifoliales de las carreras que se imparten en la Escuela de Historia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes ahora cuentan con información oficial en la página web de la Escuela de Historia. • Es importante que los estudiantes cuenten con información actualizada del pensum de estudios. • Los estudiantes de nuevo ingreso ahora contarán con información de cada una de las carreras que se imparten en la Escuela de Historia. <p>Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica.</p>

CONCLUSIONES

- La Escuela de Historia es una institución de suma importancia para la conservación, defensa, e incremento de la historia y el patrimonio cultural de la Nación.
- Se estableció que la creación de una oficina dedicada a la comunicación se ha convertido en una necesidad para la Escuela de Historia.
- En la actualidad no se cuenta con presupuesto para la implementación de una Oficina de comunicación social.
- Se consideró de suma importancia la creación de la imagen visual, ya que permite a la institución ser reconocida y recordada con facilidad.
- Se considera de vital importancia la promoción de los avances y actividades que realiza la Escuela de Historia.
- Actualmente el uso de los medios de comunicación electrónicos como la página web, redes sociales, correo electrónico y plataformas de almacenamiento y la facilidad de compartir archivos se han tornado en temas relevantes para todo tipo de instituciones y en la Escuela de Historia se determinó por medio de encuestas que la mayoría de sus estudiantes utilizan todos los medios electrónicos conocidos, especialmente Facebook y correo electrónico.
- Es imperativo que los estudiantes de nuevo ingreso cuenten con información actualizada para facilitar su ingreso a la Escuela de Historia.

RECOMENDACIONES

- Es importante mantener el vínculo de comunicación entre la Escuela de Historia y la comunidad estudiantil perteneciente a esta escuela.
- Internet es uno de los medios más utilizado por los estudiantes de la Escuela de Historia, esto hace indispensable que se lleven a cabo esfuerzos para comunicarse con la comunidad estudiantil por esta vía, ya que esto logrará una mejor atención a los estudiantes.
- Es necesario prestar atención en lograr productos comunicativos de alta calidad, así como utilizar los canales de comunicación utilizados por los estudiantes.
- Se debe consolidar la imagen de la Escuela de Historia, procurando la participación activa de la comunidad estudiantil en las diferentes actividades que realice la Escuela de Historia.
- Se debe distribuir una copia del Manual de Identidad Visual a cada uno de los coordinadores en la Escuela para evitar la mala práctica y uso del logotipo, colores, tipografía, etc.
- Se deben explotar los medios electrónicos como internet, redes sociales y plataformas dedicadas a la educación.
- Que se implemente y respeten los lineamientos indicados en el Manual de Identidad Visual para lograr resultados positivos respecto a la imagen que deseamos proyectar hacia la comunidad estudiantil y población en general.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **ANTROPOLOGÍA:** Ciencia que estudia los aspectos físicos y las manifestaciones sociales y culturales de las comunidades humanas.
2. **ARQUEOLOGÍA:** Ciencia que estudia, describe e interpreta las civilizaciones antiguas a través de los monumentos, las obras de arte, los utensilios y los documentos que de ellas se han conservado hasta la actualidad.
3. **COMMUNITY MANAGER:** Es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a su función ejecutar lo que los administradores o gestores de redes sociales
4. **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:** Conocida también como comunicación corporativa cuando se trata de una empresa, o comunicación institucional cuando se trata de una institución pública) consiste en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja.
5. **DIAGNÓSTICO:** Procedimiento ordenado, sistemático, para conocer, para establecer de manera clara una circunstancia, a partir de observaciones y datos concretos. El diagnóstico conlleva siempre una evaluación, con valoración de acciones en relación con objetivos.
6. **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:** Es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado.
7. **FACEBOOK:** Es una red social en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real (muchos de los cuales pertenecen a momentos pasados de la vida de cada uno), expresar sus opiniones y estados de ánimo, subir y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos, etcétera.

8. **FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.
9. **GOOGLE:** Compañía estadounidense fundada en septiembre de 1998 cuyo producto principal es un motor de búsqueda creado por Larry Page y Sergey Brin. El término suele utilizarse como sinónimo de este buscador, el más usado en el mundo.
10. **HISTORIA:** Disciplina que estudia y expone, de acuerdo con determinados principios y métodos, los acontecimientos y hechos que pertenecen al tiempo pasado y que constituyen el desarrollo de la humanidad desde sus orígenes hasta el momento presente.
11. **IDENTIDAD CORPORATIVA:** El término Identidad Corporativa, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles.
12. **IDENTIDAD DE GÉNERO:** Alude a la percepción subjetiva que un individuo tiene sobre sí mismo en cuanto a su propio género, que podría o no coincidir con sus características sexuales; este, puede considerarse como el sexo psicológico o psíquico y se constituye en uno de los tres elementos de la identidad sexual junto a la orientación sexual y el rol de género, relacionándose «con el esquema ideológico afectivo de pertenencia a un sexo», por lo que sería la expresión individual del género.
13. **IDENTIDAD VISUAL:** La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.
14. **IMAGEN CORPORATIVA:** La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.
15. **INDICADORES CUALITATIVOS:** La opinión y percepción de la gente sobre un determinado tema.

16. **INDICADORES CUANTITATIVOS:** Los indicadores cuantitativos se definen como medidas de cantidad.
17. **INSTAGRAM:** Aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos, como, por ejemplo, filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro, o vintage, para compartirlas no sólo en Instagram, sino en Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.
18. **LOGOTIPO:** Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.
19. **MANUAL DE INDUCCIÓN:** Tiene como finalidad que cada nuevo integrante de una empresa, conozca aspectos importantes. estuvo un poco tenso y su nivel de ansiedad probablemente fue mayor que lo habitual. así como los de la organización. departamento u oficina.
20. **OBSERVACIÓN:** Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.
21. **PLAN DE COMUNICACIÓN:** Contiene las pautas de la estrategia de comunicación de una empresa u organización. Todo Plan de Comunicación requiere si se carece de un plan estratégico donde se hayan contemplado las relaciones internas y externas de la entidad.
22. **PÚBLICO OBJETIVO:** Se trata del público al que diriges tus acciones de comunicación y/o al que quieres venderle tu producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de Marketing.
23. **REDES SOCIALES:** Estructuras sociales compuestas por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etcétera).

- 24. SÍMBOLO O ANAGRAMA:** Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.
- 25. SMARTPHONE:** Es un tipo de teléfono móvil construido sobre una plataforma informática móvil, con mayor capacidad de almacenar datos y realizar actividades, semejante a la de una minicomputadora y con una mayor conectividad que un teléfono móvil convencional.

El término inteligente, que se utiliza con fines comerciales, hace referencia a la capacidad de usarse como un computador de bolsillo, y llega incluso a reemplazar a una computadora personal en algunos casos.

- 26. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA:** Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.
- 27. TRIFOLIAR:** Folleto gráfico en el que se publica información acerca de una empresa.
- 28. TWITTER:** Término inglés que puede traducirse como “gorjear” o “trinar”, es el nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como tweets.
- 29. WHATSAPP:** ¿Juego de palabras entre la frase en inglés ‘What’s up?’ utilizada en lenguaje coloquial a modo de saludo (‘¿Qué tal?’ o ‘¿Qué hay de nuevo?’) y el diminutivo app de la palabra inglesa application (‘aplicación’, utilizada en este caso como programa informático para teléfonos móviles).
- 30. YOUTUBE:** Sitio web para compartir videos subidos por los usuarios a través de Internet, por tanto, es un servicio de alojamiento de videos. El término proviene del inglés "you", que significa tú y "tube", que significa tubo, canal, pero se utiliza en argot como "televisión".

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade Rodríguez de San Miguel, H. (2002). Cultura organizacional, administración de recursos simbólicos y comunicación. México: Editorial Trillas.
- Carlos Ongallo. (2007). Manual de comunicación. Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. (2da. Edición) Madrid, España: Editorial Dykinson.
- EVELYN NOEMI GUERRA GÓMEZ, (2015) Estrategia de comunicación para la creación del departamento de comunicación social y publicidad, en la empresa agua pura D' LAS NUBES, en el municipio de Chimaltenango, departamento de Chimaltenango. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- MIRNA JULIETA GUERRA RECINOS. (2012) Estrategia de Comunicación para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional Interna de la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala por medio de un Manual de Normas Gráficas. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom. (2006) Manual de relaciones públicas eficaces. Biblioteca Clásicos de relaciones públicas. Barcelona, España: Grupo Planeta (GBS).
- Piloña Ortiz, Gabriel A. Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Guatemala: edit. CIMGRA, 5a ed. 2004, 136 pp.
- Escuela de Historia, Usac. (2008). Catálogo de Estudios. Guatemala.
- Escuela de Historia, Usac. (2008). Trifoliar Licenciatura en Historia. Guatemala.

E-grafía

José Luis Escobar. (2016). *La Escuela de Historia de la Usac celebrará su 42 aniversario.* (Fecha de consulta: junio 2017) Disponible en: <http://www.prensalibre.com/revista-d/la-escuela-de-historia-de-la-usac-celebrara-su-42-aniversario>

Escuela de Historia. (2015) *Misión y Visión de la Escuela de Historia, USAC.* (Fecha de consulta: abril 2017) Disponible en: <http://escuelahistoria.usac.edu.gt/pages/nosotros.html#myv>

Universidad de San Carlos de Guatemala. (2017) *Catálogo de Estudios 2008, Escuela de Historia.* (Fecha de consulta: junio 2017) Disponible en: <https://www.usac.edu.gt/catalogo/historia.pdf>

ANEXOS

TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE LAS ENTREVISTAS

**Entrevista Licenciado Mario Zelada
Coordinador área de Antropología**

¿Qué medios de comunicación utilizan actualmente para informar a la población estudiantil sobre las actividades que realizan?

En realidad tenemos varios perfiles de Facebook que se manejan más por coordinaciones, por ejemplo; yo que soy el coordinador del área de antropología, tengo un Facebook del área, el de Historia tiene uno; bueno, la que era la coordinadora tenía uno, pero el nuevo coordinador no tiene la contraseña, ese ya es un problema específico, el coordinador de arqueología tiene uno, la coordinación de Enseñanza de Historia tiene su Facebook y así , pero tenemos el problema creo yo, que la información está muy dispersa porque cada quien lanza la información.

Por ejemplo; si yo hago una actividad en el área del foro estudiantil, y lo lanzo en mi Facebook y claro etiqueto a los demás, pero no es lo mismo que una página oficial publique la información.

¿Aparte de Facebook utilizan otro medio de comunicación?

Sí, pero normalmente lo que se ha utilizado es Facebook, y a veces mandar correos electrónicos.

¿Cuenta con una persona encargada para esta labor?

Él trabaja acá, de hecho, es uno de los coordinadores, y esto va a ser solo momentáneo, porque si nos hemos dado cuenta que antes teníamos a una persona que era la encargada de manejar Facebook de la escuela, que de hecho no tenemos una

cuenta oficial, y eso ya es un problema y la persona ya no continuó laborando acá, pero él tiene los contactos de todos nuestros ingresados, él tiene toda la información y no la pasa y ese es un problema.

¿Cree que es necesario que se implemente el departamento de comunicación en relaciones públicas aquí en la escuela?

Por supuesto, yo creo que es fundamental y de hecho a nosotros nos permitiría trascender la información que se maneja dentro de la escuela y las actividades, eventos académicos etc. Para que no solo nuestra comunidad académica, quienes son nuestros estudiantes, profesores, investigadores, titulares y egresados se enteren, sino que también el pueblo de Guatemala en general o la ciudadanía, entonces sí, nosotros creemos que es una necesidad, lo que pasa que por falta de recursos económicos no se ha podido implementar este tipo de unidad.

Pero si es importantísima para que cualquier institución tener una unidad de comunicación que oficialmente traslade la información, inclusive para posicionamientos políticos, comunicados, informaciones de urgencias y todo este tipo de cuestiones.

¿Cree que las redes sociales son la forma más efectiva actualmente para comunicarse con la comunidad estudiantil?

Creo que sí, porque la mayoría de estudiantes, sino es que todos utilizan este tipo de redes y es súper fácil de comunicarse con las y los estudiantes, también la conveniencia es lo económico que es, no se gasta, no tenemos posibilidad de hacer un programa de televisión o algo donde se informen no solo no está a nuestro alcance y tampoco en nuestra labor, pero si es necesario informar y comunicar lo que se realiza acá, y lo más efectivo en estos momentos pueden ser las redes sociales, ya que es gratuito crear una cuenta de facebook y pues ahí poder informarse, de igual manera la facilidad de llegar a más gente es por lo que se ha manejado esto.

¿La forma en que se comunica con sus estudiantes, es decir el contenido de su curso siempre está disponible en algún lugar o alguna página?

Bueno ya específicamente de los cursos, en la página de la escuela están los programas disponibles de los diferentes cursos, ahora lo que es mi curso yo manejo específicamente un correo electrónico en el que le mando información a mis estudiantes directamente.

¿A parte del problema de que no hay un departamento que se encargue de trasladar la información de todas las actividades a nivel escuela, existe algún otro problema relacionado con la comunicación?

Muchas veces, quizás la convocatoria para ciertas actividades del área, inclusive las reuniones de docentes, casi la mayoría de veces nos comunicamos vía electrónica exclusivamente, no estamos llamando a cada rato para alguna reunión porque eso implica gastos económicos, en todo caso la comunicación es vía electrónica y no todos los docentes acuden a las reuniones.

Lo otro que es importante que teníamos un lugar para un programa de radio, en radio universidad, pero no tenemos quien lo asuma, porque no es solo de decir agarremos el programa, sino que hay que planificar los programas y de tener una organización para el mismo y al momento no hemos logrado hacer nada, porque el espacio si está disponible pero no hemos podido aprovecharlo.

¿En qué sentido no se ha podido aprovechar?

En que no hay una persona que conduzca el programa, quien lo organice y vea lo que es la logística.

**Entrevista al Licenciado Horacio Martínez Paiz
Coordinador del Área de Arqueología**

¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con los estudiantes?

Hay dos vías, una es Facebook y la otra a través de correo electrónico y también se utiliza la página de la escuela que son los tres grandes pilares sobre las cuales regularmente encaminamos la información que queremos hacer llegar a los estudiantes.

¿La información que se comparte es una tarea suya o hay alguna persona encargada para realizarlo?

Regularmente yo soy el que lo manejo, en caso de lo que es Facebook, fue una iniciativa mía, porque cuando yo vine a la escuela no había nada de eso.

¿Hace cuánto tiempo fue que sucedió esto?

Hace cuatro años y medio, fue cuando yo vine aquí y me di cuenta que la escuela no tenía una página, de igual manera sigue teniendo una página no muy acorde a las necesidades actuales, le hace falta mucho, pero separando esto, me di cuenta que había que buscar un medio en la cual los jóvenes de ahora pudieran interactuar un poco, entonces vi en Facebook una herramienta para poderlo hacer, porque aparte de la cuestión electrónica, tenemos aquí los carteles informativos, pero cada día sirve menos, porque las personas cada vez leen menos, por eso Facebook tuvo buena aceptación, pero a la misma vez es un medio apropiado, pero limitado, también para poder transmitir toda la información y es unas las cosas de las cuales he tratado de motivar un poco para que la escuela pueda buscar más medios sofisticados o adecuados y hacerse notar y llegar.

¿Según el organigrama no tienen departamento de comunicación ni de relaciones públicas?

No y cabalmente, cuando he tratado de ver eso he hablado de la necesidad de traer una unidad que se encarde de eso.

¿Lo ve como algo necesario ya?

Más que necesario es algo imperativo, especialmente cómo se maneja la información actualmente, porque si no es efectivo en hacer llegar la información como tiene que llegar o al tiempo que debe llegar esta fuera del renglón.

¿Según usted, qué aporte brindaría este nuevo departamento?

Las redes y los medios de comunicación son pilares fundamentales para dar a conocer el trabajo y no solo pensando en los estudiantes que hay que mantenerlos bien informados por todas las cosas que pasan y lo que hay que cambiar o transcribirse o lo que sea, pero también es necesario llegar a otras esferas a otro tipo de público, informar si es que queremos crecer y obviamente la labor es educar.

¿Por qué medios de comunicación cree que se puede lograr eso?

Ahora hay muchas formas de poderlo hacer, a través de la televisión, la radio y medios digitales que hacen llegar este tipo de información a un público más amplio, eso es algo que la Escuela de Historia no lo estamos ocupando, porque es algo que ha quedado rezagado, creo importante retomarlo y por eso regresando a la unidad de comunicación creo que es imperativo tenerla.

¿Se diría que es lo que requiere más atención ahorita o qué otro aspecto?

Hay muchas cosas pero la comunicación es vital, aunque cuando hacemos convocatorias para algunos eventos siempre hemos tenido buena aceptación y recepción, de hecho los eventos que organizamos tal pareciera que es mucha la información que se envía llega, pero se podría hablar de un público cautivo, pero aparte de ese público, ¿A quien más le estamos llegando? y esa es una de las cuestiones que también me formulo, especialmente pensando en una Escuela de Historia que tiene que trascender más por el tipo de contenido que se maneja.

Entrevista a Licenciada Elma Gil

Asistente de Dirección

¿Cuál es la imagen que proyecta la escuela de historia a la población estudiantil?

Lo que la escuela pretende con los estudiantes es que estén bien informados y que tengan un enlace con la escuela que les facilite realizar sus trámites, y una imagen como tal no existe.

¿Se ha trabajado alguna campaña publicitaria o algo parecido?

Todavía no.

¿Dan a conocer lo que se realiza en la Escuela de Historia como el artículo del año pasado en Prensa Libre?

En realidad nosotros no lo buscamos, son ellos los que se acercan a nosotros, igual para realizarlo requiere un valor y nosotros no contamos con el recurso necesario, incluso se han realizado algunas entrevistas de televisión y de radio, pero hemos tenido la suerte que ellos se acercan por las actividades que se realizan en la escuela, el año

pasado tratamos de hacerlo y comunicarlo a los periodistas y no muchos están interesados en eso, algunos medios independientes son los que cubren esos eventos y lo que la escuela hace obviamente pedir a la universidad.

¿Se tiene alguna alianza con algún medio o con instituciones?

No.

Hablando ya internamente, ¿Que medios de comunicación se utilizan para dar a conocer los servicios y actividades?

Electrónicos Facebook, cada coordinación tiene su página en Facebook, cada carrera y la escuela cuenta también con una página ahí es donde se publican las actividades, el calendario de actividades, exámenes, si van hacer portadas del área de historia o de antropología y los seminarios que se realizan.

¿Existe alguna persona encargada de realizar estas actividades y de darlo a conocer?

Cada coordinación realiza su actividad, cada coordinación se dirige conmigo para ver todas las cuestiones logísticas, ¿Qué se va a realizar?, ¿Cómo se va a realizar?, ¿Qué es lo que se necesita?, la organización de los invitados y la publicidad, ellos mismos la revisan a través de su página y algunos afiches que nos regalan o que pagan para la actividad, pero más allá alguna persona que se encargue solo de cubrir las actividades no hay

¿La página oficial quien la maneja?

La administra el encargado de laboratorio

¿Usted cree que la Escuela de Historia debería contar con un departamento de comunicación?

Sí ya es necesario, porque nosotros no nos damos abasto, ya que hacemos otras actividades y no sabemos cómo comunicarlo

¿Los coordinadores utilizan Facebook como un medio?

Si.

¿Considera que es un medio efectivo de comunicarse?

Sí, porque la mayoría de chicos tiene Facebook, creo que son pocas las personas que no tiene, entonces sí creo que es efectiva la comunicación, ya que se suben fotos de los eventos, si es necesario tener una persona encargada de esto.

¿Tienen material impreso informativo?

Lo que tenemos aquí son trifoliales de cada carrera con la información del pensum, también se tienen los trifoliales para los chicos que quieran entrar a la escuela, para saber qué temas tienen que estudiar y calendarios de actividades de examen.

¿Y cuando participan en INFOUSAC?

Lo que hacemos es llevar los trifoliales siempre de las carreras y tenemos un trifoliar donde habla de la Escuela de Historia y de todas las carreras ya que la mayor información se da allá, y los que estén interesados se lleven un trifoliar de la carrera que les interesa, en si no hay un trifoliar dirigido para esta actividad.

Entrevista al Licenciado Salvador Montúfar

Coordinador jornada sabatina

¿Qué medios de comunicación utiliza con sus estudiantes?

El principal medio es el correo electrónico, después Facebook es la que utilizo para enviar y recibir información a los estudiantes.

¿La información usted la elabora o hay otra persona que le ayude?

Todo lo realizo yo.

¿Usted considera que la escuela ya debe de contar con un departamento de comunicación y relaciones públicas?

Sí, por supuesto.

¿Por qué piensa que es importante? O ¿Qué aporte cree que brindaría este nuevo departamento?

Sería bueno si existiera porque nosotros lo que hacemos es muy largo a nivel académico para fortalecer nuestras carreras, pero encima de eso tenemos que ver cómo hacemos para divulgar y en realidad y no es nuestra especialidad, y no es como contar con un especialista que sabe de esto, ¿cuáles son las estrategias? incluso por ejemplo lo más simple cuando empezamos a encontrarnos con coordinadores no podemos elaborar afiches, tenemos limitación en eso y a cada ratos andamos haciendo eventos, ahí es donde empiezan las dificultades.

¿Usted realiza actividades aparte de su curso?

Nosotros tenemos en general dos tipos de actividades, las que van orientadas a

los cursos, pero que son extracurriculares, por ejemplo hacemos visitas de campo, yo suelo irme con los estudiantes a sitios arqueológicos, museos, ese tipo de actividades, por otro lado hacemos actividades que son para toda la comunidad, por ejemplo hicimos la elección inaugural, entonces ahí ya convocamos a expertos para que vengan a hablar de una problemática de la enseñanza de la historia y hacemos la organización se presenta a las personas y hubo necesidad de que vinieran porque se les iba dar un libro.

¿Usted cree que las redes sociales sean una herramienta efectiva de comunicación?

Hemos visto que las redes sociales son efectivas para alcanzar a la mayoría de gente, porque actualmente todos le ponen más atención a eso, que a un correo electrónico.

MODELO DE LA ENCUESTA



Encuesta Diagnóstico Comunicacional en la Escuela de Historia, USAC Campus Central



Estimado(a) estudiante, su opinión acerca de la manera en que se desarrolla la comunicación en la Escuela de Historia es muy importante. A continuación se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido, para que valore con la mayor objetividad posible, marcando con una equis (X) frente a cada aspecto que mejor represente su opinión.

Identidad de Género: _____

1. ¿Está usted enterado de todas las actividades que realiza la Escuela de Historia?

- SI
- NO
- MUY POCO

2. ¿En qué medios ha recibido información sobre la Escuela de Historia?

- CARTELERAS
- FOLLETOS
- MANTAS
- FACEBOOK
- TWITTER
- EN: *escuelahistoria.usac.edu.gt*
- EN NINGUNO
- OTRO: _____

3. Cómo califica la comunicación organizacional de la Escuela de Historia?

- MUY BUENA
- BUENA
- REGULAR
- MALA

4. Cómo califica la comunicación entre docentes y estudiantes?

- MUY BUENA
- BUENA
- REGULAR
- MALA

5. ¿Considera efectiva la comunicación a través de Facebook?

- SI
- NO

6. ¿En qué medios le gustaría recibir información sobre las actividades de la Escuela de Historia?

- RADIO
- TELEVISIÓN
- PERIÓDICOS
- CARTELERAS Y MANTAS
- FOLLETOS
- FACEBOOK
- TWITTER
- CORREO ELECTRÓNICO
- EN: *escuelahistoria.usac.edu.gt*
- EN NINGUNO
- OTROS: _____

7. Qué redes sociales utiliza actualmente?

- FACEBOOK
- YOUTUBE
- WHATSAPP
- INSTAGRAM
- GOOGLE+
- TWITTER
- OTRAS: _____

8. ¿Considera que la Escuela de Historia debe contar con un Departamento de comunicación social?

- SI
- NO

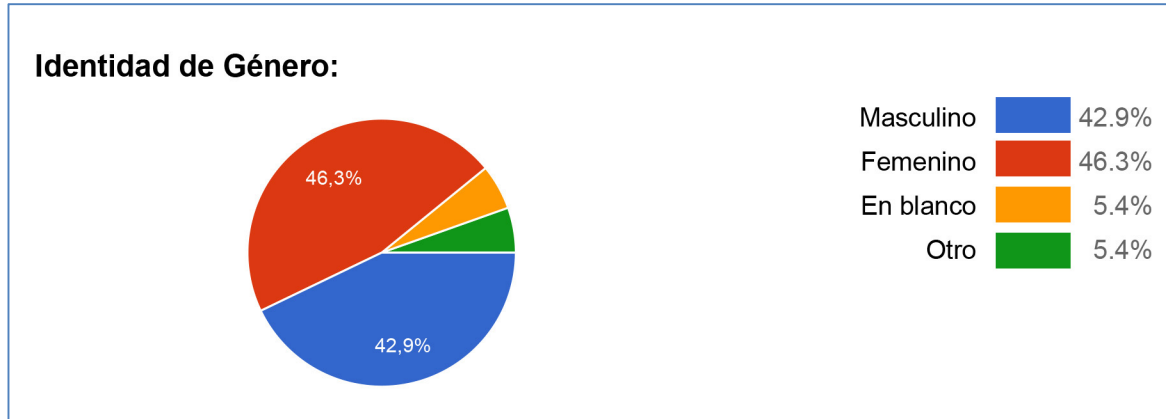
¿Porqué?

¡Muchas gracias!

Modelo de encuesta: Diseño propio.

MATRIZ O VACIADO DE LAS ENCUESTAS

Gráfica 1.



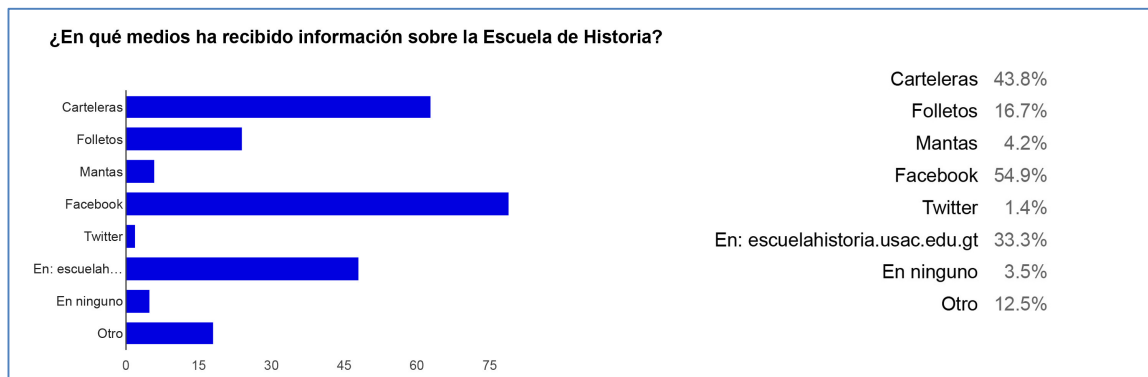
Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 2.



Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 3.



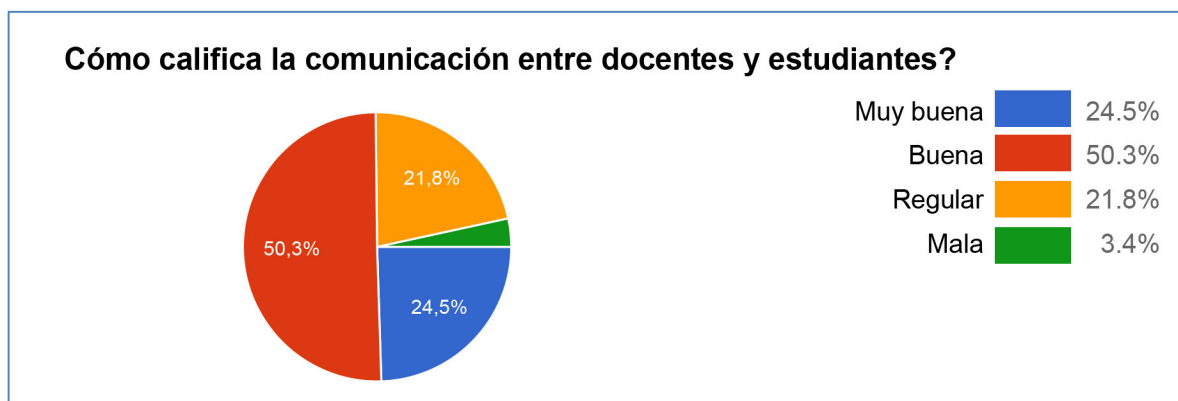
Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 4.



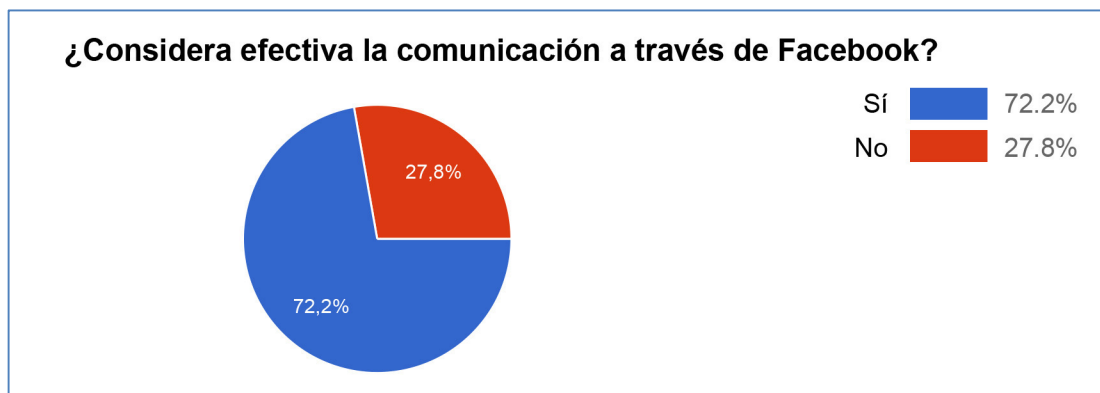
Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 5.



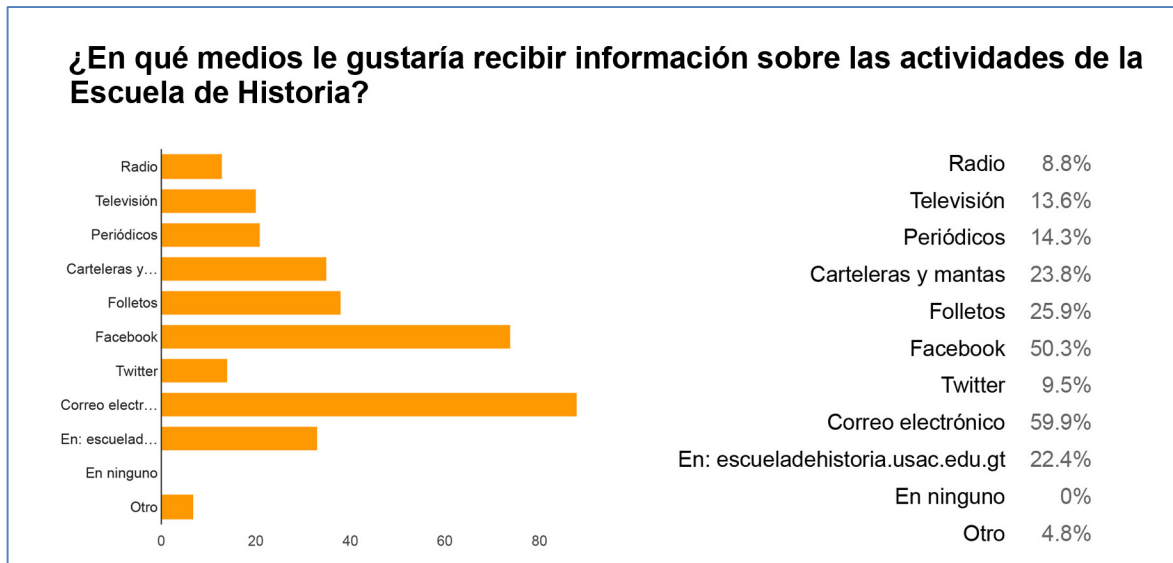
Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 6.



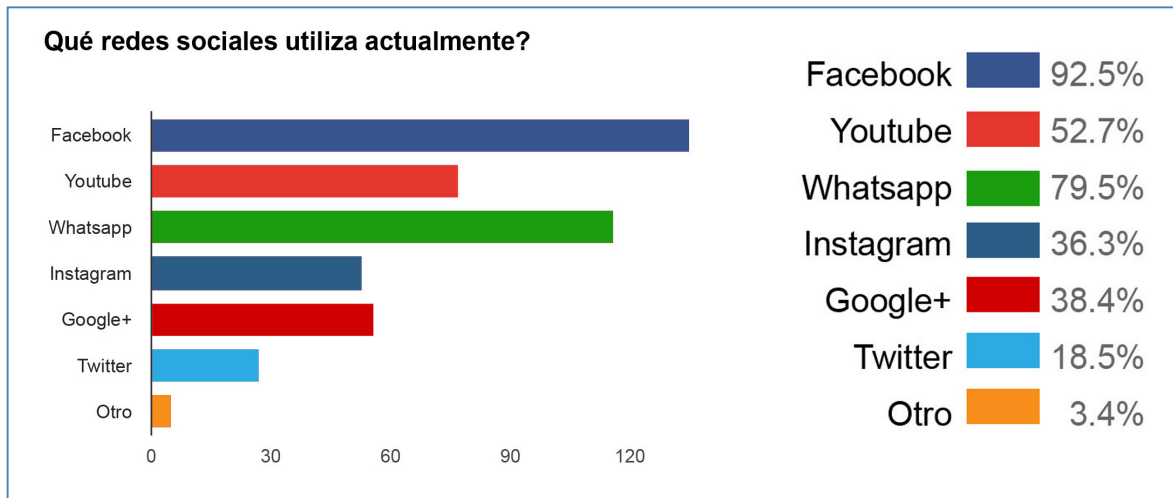
Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 7.



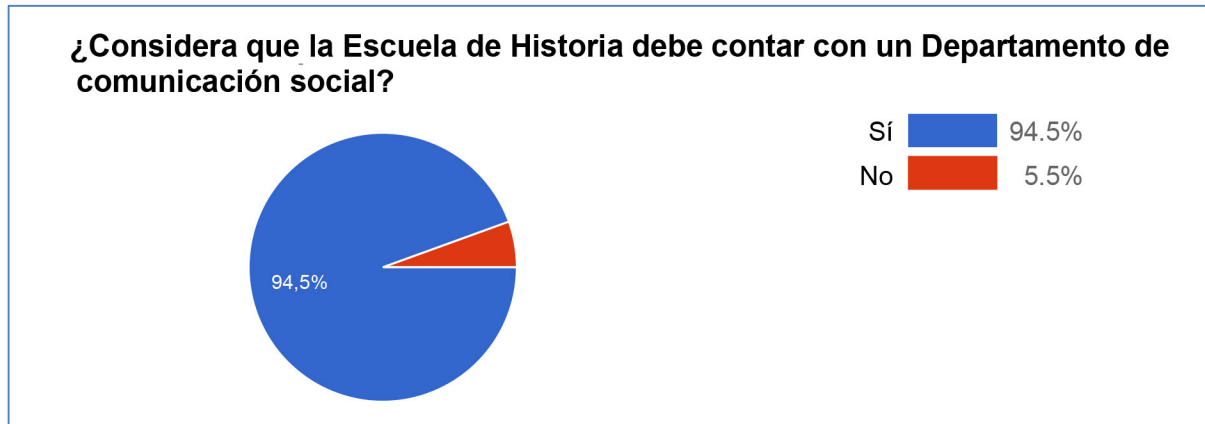
Fuente: Isaiás Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 8.



Fuente: Isaiás Antonio Juárez López. 18/02/2017.

Gráfica 9.



Fuente: Isaías Antonio Juárez López. 18/02/2017.

¿Porqué?

- Ya estamos en febrero y si uno entra a la página por información no se encuentra.
- Para dar más al detalle todo lo acontecido en tal.
- Es importante la comunicación entre docentes y estudiantes.
- Para poder enterarnos de toda actividad que pasa.
- Puesto que por los horarios de trabajo se nos dificulta comunicarnos en los horarios vespertinos que atiende en la historia.
- Porque nos mantendrían aún más informados y actualizados.
- Para que la información a los estudiantes sea más viable, para que más personas conozcan la Escuela de Historia
- Porque puede tener una mejor información social, política y administrativa.
- Para que todos estén enterados de lo que pasa.
- Para comunicación entre docente y estudiantes.
- Para difundir más información.
- Porque nos ayudaría a estar mejor enterados de las actividades que se realizan.
- Para enterarse mejor de todo lo que acontece dentro de la misma.
- De esta manera podrán informarse todas esas personas que no poseen redes sociales.
- Es importante expandirse.
- Porque en la actualidad todos contamos con un medio social para comunicarnos.
- Para comunicarse mejor.
- Uno puede avocarse ahí para pedir información o recibir alguna ayuda.
- Porque en ocasiones cuesta saber dónde o con quien obtener información.
- Para que todos se puedan comunicar sin ninguna vergüenza y preguntar lo que necesite cada uno.
- A veces no sabemos a dónde abocarnos con dudas y creo que ese sería una buena solución.
- Para que se debata todos los problemas.
- Porque sí.
- Para que allá más comunicación.
- Para una mejor comunicación.
- Porque nos facilitaría mucho a las personas que venimos de municipios fuera de la ciudad.
- Para mantenernos informados.
- Porque de cierta manera no sabemos qué actividades realizan.
- Es importante para poder averiguar acerca de las actividades.
- Para facilitar la comunicación.

- Para que haya mejor organización entre docentes y alumnos.
- Facilitaría trámites, orientación sobre la escuela y dudas cotidianas.
- Hay actividades de las cuales uno no se entera, sino indaga más profundamente.
- Es importante que nos comuniquemos.
- Para que se conozca más sus actividades.
- Porque con la ayuda de las redes sociales se logra tener información.
- Es importante ya que me he topado con gente que de mala manera responde.
- Mantener actualizada la información y veraz.
- Para manejar de forma efectiva y que llegue a todos.
- Así sabemos a quién abocarnos en caso de querer informarnos más de las actividades.
- Para darse a conocer como Escuela de la Historia, debido que cuesta saber de ella.
- Así uno estaría más comunicado para eventos necesarios para nuestra carrera.
- Es indispensable para una gestión administrativa y para compartir la información eficazmente con todo el alumnado.
- Para que toda la comunidad educativa esté enterada de las actividades magnificas que se realizan en la escuela para mejoramiento de nuestra sociedad.
- Para mantener al día al estudiante de todo tipo de actividades a desarrollar en la escuela.
- Para que todos estemos informados de las actividades.
- Para tener más y mejor comunicación con la comunidad educativa.
- Para mantener bien informada a la comunidad estudiantil.
- Porque es una forma en que podríamos expresarnos y obtener información.
- Es necesario para la propagación de actividades de la escuela.
- Para tener más comunicación entre alumnos y docentes.
- Para que exista mucha y mejor comunicación entre docentes y es estudiantado.
- Así los estudiantes van a estar mejor enterados de todas las actividades que existen en la escuela.
- Para saber en qué estado están los estudiantes.
- Para mantener información constante actualizada.
- Para que cada alumno pueda ser escuchado de forma individual.
- Para saber las necesidades y demandas de los estudiantes y docentes.
- Porque cada estudiante tiene necesidades que deben ser atendidas y no hay espacio.
- Para aportar ayuda cuando sea necesario y estar más cerca del pueblo.
- No lo creo conveniente.
- Es importante para cubrir más ampliamente el proceso de información.
- Para tener una mejor comunicación.
- Para poder acercarse a la comunidad estudiantil así difundir información.
- Para las personas estén encargadas específicamente de pasar la información.
- Para que todos tengamos o manejemos las mismas informaciones.
- Mas unidad y familiaridad.
- Permitiría abrir y dinamizar medios de comunicación en la comunidad educativa.
- Elemental para poder comunicar y poner la información a tiempo y horarios.
- No solo por actualización, sino que es necesario estar enterados.
- Es necesario el manejo, la comunicación que la escuela ofrece hacia los estudiantes.
- Para avisar de las actividades con tiempo.
- Para más información.
- Podría considerarse como una forma de comunicación más directa.
- Si para responder a los problemas.
- La cantidad de personas permite llevar con eficiencia la comunicación.
- Pues las actividades son importantes para el desarrollo académico de los estudiantes.
- Para hacer más efectivo el proceso comunicativo dentro de la escuela.
- Porque mucha información no llega a la totalidad de estudiantes.
- En esta era de Internet "Smartphone" etc. Aun se desperdicia mucha hoja creo que toda comunicación debería ser por medio de una red privada de la escuela.
- La comunicación debe ser inclusive lo primordial mente buena con el pueblo (social).
- Porque de esa manera todos tenemos la facilidad de saber sobre las actividades que programan.
- Así sería más fácil las cosas en si por la comunicación.
- Para comunicar.
- Para mejorar la comunicación agilizarla y socializarla.
- Para apoyo moral a los estudiantes que lo necesitan.
- Para que la comunicación llegue a todos los estudiantes con efectividad.

- Debemos de estar mejor enterados de las actividades de la escuela.
- Para comunicar mejor sobre las actividades.
- Dar a conocer las actividades de la unidad.
- No es una facultad excesivamente grande.
- Ya que las personas que no manejan las redes sociales o otro tipo de comunicación además son pocos los que ven las actividades.
- Es necesario estar al tanto de las actividades que se realizan, ya que todo se sabe a última hora.
- Facebook es bueno y está al alcance de todos.
- Porque existen necesidades de comunicación permanente.
- La información es la base del desarrollo.
- Para saber que están haciendo.
- Porque es necesario más por los asuntos importantes.
- Para mantener una comunicación más fluida con los estudiantes y garantizar su participación.
- Para que sea más fácil el comunicarse con los catedráticos.
- No es necesario.
- Para estar enterados de todas las actividades de la escuela.
- Para que sea más efectiva la comunicación.
- Considero que sería de gran beneficio que esta tarea sea ejercida por un departamento especializado para hacerla más efectiva.
- Considero que hay muchos medios como los catedráticos.
- Porque así estamos enterados de todo y no solo porque un compañero nos hizo mención.
- Porque la escuela de historia está muy olvidada.
- Para informar a los estudiantes cada acontecimiento dentro y fuera de la escuela.
- Para ayudar a que los estudiantes se enteren de una manera más eficiente sobre las actividades.
- Para que no tomen atención a los marihuanos de la asociación y que no sean ellos los que tomen decisiones.
- Para mantener informados a los estudiantes.
- Porque no todos se enteran de las actividades y con este departamento habrá un avance informativo.
- Para poder tener una mejor comunicación.
- Para una mayor afluencia de comunicación entre docentes y alumnos.
- Porque así nos facilita el poder obtener información.
- Sería de ayuda para los de nuevo ingreso que no tienen idea de cómo manejarse en la universidad.
- Se puede mejorar el área de cada carrera para que cumpla ese propósito.
- Hay momentos en que la comunicación se vuelve un poco deficiente o no hay quien aclare dudas.
- Para optimizar el proceso de comunicación en general.
- Porque así se sabe dónde llegar a buscar información sobre alguna duda.
- Para tratar problemas de compañeros y docentes.
- Para una mejor comunicación entre estudiantes y profesores.
- Ayudaría a los estudiantes a estar más enterados.
- Para tener mejor comunicación entre docente y estudiante.
- Para que sea más fácil la comunicación entre los estudiantes y así estar informados de todo.
- Considero que la comunicación es importante para el proceso educativo-formativo.
- Para comunicarnos.
- Para dar a conocer más acerca de la escuela ya que de historia la sociedad sabe muy poco.

FICHA DE REGISTRO DE HORAS DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA



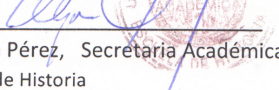
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017

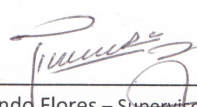


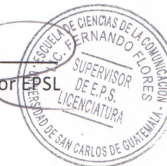
Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Isaias Antonio Juárez López
No. Carné y DPI: Carné # 2012 16798 DPI# 2226 42092 1213
Jefe o Encargado (a): Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica
Institución o Empresa: Escuela de Historia, Universidad de San Carlos de Guatemala
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 02	Junio	x	x	x	7	7	x	14 hrs.
2	Del: 05 / Al: 09	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
3	Del: 12 / Al: 16	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
4	Del: 19 / Al: 23	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
5	Del: 26 / Al: 30	Junio	7	7	7	7	7	x	35 hrs.
6	Del: 03 / Al: 07	Julio	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
10	Del: 31 / Al: 31	Julio	7	X	X	X	X	X	6 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica
Escuela de Historia

(f) 
Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL



FORMULARIO DE CONTROL DE ACTIVIDADES



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



EPS
LICENCIATURA

Guatemala, 31 de julio de 2017

Control de actividades

Nombre del Alumno (a):	Isaias Antonio Juárez López
No. Carné y DPI:	Carné # 2012 16798 DPI# 2226 42092 1213
Jefe o Encargado (a):	Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica
Institución o Empresa:	Escuela de Historia, Universidad de San Carlos de Guatemala
Supervisor de EPSL:	Lic. Fernando Flores.

A continuación se presenta una lista de las actividades programadas previamente, marque con un check si la actividad fue realizada y con una X si no se logró desarrollar.

NO.	ACTIVIDAD	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	Diseño y redacción del Manual para la creación de un Departamento de Comunicación e impresión de 3 ejemplares.	✓		
2	Diseño y redacción del Manual de identidad visual e impresión de 3 ejemplares.	✓		
3	Rediseño de 6 trifoliales informativos	✓		
4	Impresión de 500 hojas membretadas	✓		
5	Presentación del material desarrollado a las autoridades de la Escuela de Historia	✓		

(firma y sello)

Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica
Escuela de Historia

