

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

**“ESTRATEGIA PARA SENSIBILIZAR E INFORMAR DEL PROCESO DE REFORMA  
CURRICULAR DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN LA ESCUELA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA”**

**EVELYN ROXANA DE LEÓN PÉREZ**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE 2012**

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

**“ESTRATEGIA PARA SENSIBILIZAR E INFORMAR DEL PROCESO DE REFORMA  
CURRICULAR DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN LA ESCUELA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**EVELYN ROXANA DE LEÓN PÉREZ**

Previo a optar al título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Asesor:

M. A. Otto Roberto Yela Fernández

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2012

## **Consejo Directivo**

Director:

Licenciado Julio Moreno Sebastián

Secretaria:

M. A. Claudia Xiomara Molina

Representantes de Docentes:

M. A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes Egresados:

Lic. Michael González Bártres

Representantes Estudiantiles:

Pub. José Jonathan Girón

Pub. Aníbal De León

Coordinador de EPS:

M. A. Otto Yela

Supervisora de EPS:

M. A. Oneida Rodas



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

Guatemala, octubre de 2012

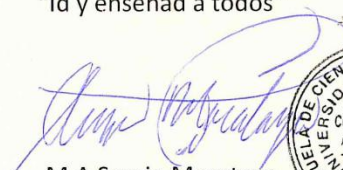
M.A.  
Otto Yela  
Coordinador EPS de Licenciatura  
ECC-USAC

Estimado Señor Coordinador:

Con esta carta certificamos que la estudiante Evelyn Roxana de León Pérez con número de carné 199915694, y con el proyecto **Estrategia para sensibilizar e informar el proceso de Reforma Curricular de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos Guatemala**, ha cumplido 800 horas de práctica en nuestra Institución. Afirmamos con entera satisfacción que su labor ha sido de beneficio para el buen desempeño de la misma.

Atentamente,

“Id y enseñad a todos”

  
M.A Sergio Morataya  
Coordinador Académico



Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



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

Guatemala, 25 de Octubre 2012

Estudiante:

Evelyn Roxana De León Pérez

Carné: 199915694

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "Estrategia para sensibilizar e informar del proceso de Reforma Curricular de la carrera de Licenciatura en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala".

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Otto Yela  
Coordinador EPS Licenciatura



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

## DEDICATORIA

A Dios quiero darle todo el honor, la honra hoy y siempre. Gracias por estar siempre a mi lado, por llenar mi vida de tantos conocimientos, habilidades, destrezas y sabiduría, además por brindarme nuevamente la bendición de concluir otra etapa profesional como la que hoy logre alcanzar.

A mi hijo:

Anderson De León, te dedico especialmente este triunfo porque eres lo más importante en mi vida y se que aunque estés pequeñito me has tenido paciencia, durante todo el período que realice mi Ejercicio Profesional Supervisado, asimismo se que tu amor hacia mi es incondicional y eso es lo que me impulsa a seguir adelante. Te amo hijo lindo.

A mi esposo:

Walter De León gracias por tu amor, cariño y comprensión durante el desarrollo de mi Ejercicio Profesional Supervisado, sobretodo por la paciencia que tuviste durante las actividades que efectúe en el mismo. Tu apoyo fue un factor primordial para poder finalizar está etapa profesional de mi vida. Te Amo.

A mi madre:

Gracias por su apoyo en cada una de las etapas que he vivido, ello me ha motivado a luchar por lo que realmente es importante, siempre llevo en mi corazón toda su sabiduría, paciencia, amor y es así como hoy puedo compartir este logro con usted, y decirle que la quiero mucho.

A mi hermana Ligia de León y sobrinos: Christopher y Alejandro

Ustedes han sido una parte fundamental en mi vida, juntos hemos compartido muchos momentos agradables que llevo en mi corazón y en este período quiero agradecerles nuevamente por llenarme de alegría con su presencia y sobretodo por ser tan especiales conmigo.

## ABSTRACT

El presente proyecto se realizó con el propósito de determinar como funcionaba la comunicación organizacional de la Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), para posteriormente elaborar una propuesta que solucionará dicha problemática. Durante el proyecto se realizaron tres fases, siendo la primera el diagnóstico en el cual se intercambiaron información con los estudiantes y docentes a través de los siguientes métodos y técnicas: Observación, entrevistas a profundidad y cuestionario. Para este tipo de investigación se utilizaron herramientas de investigación cualitativas y cuantitativas que determinaron los siguientes problemas: Falta de información, debilidades en cuanto a su pensum, mala docencia, infraestructura deficiente, falta de modernización, tecnología desactualizada, además de dar a conocer que los medios de comunicación de la Escuela no cumplen su objetivo de informar porque los estudiantes y docentes no les prestan atención. Dichos antecedentes demostraron que el principal problema comunicacional radicaba en la falta de información y divulgación en los procesos que se realizan en la Ecc, ya que en el año 2010 la carrera de Periodismo sufrió cambios significativos en el pensum de estudios y no informaron al respecto, lo que dio como resultado una serie de inconformidades y rechazos. Derivado de lo anterior, se estableció que lo más importante en ese momento era trabajar en la imagen corporativa de la Reforma Curricular, para empoderar el proyecto, siendo así como se definió el logotipo y el slogan: "Reforma Curricular, un cambio de 360°". En la segunda fase se planteó una estrategia de comunicación para sensibilizar e informar al grupo objetivo: Estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la carrera de Licenciatura, Auxiliares, Docentes interinos y docentes titulares; está tuvo como objetivo primordial concientizarlos sobre la necesidad e importancia que tenía la Reforma Curricular en la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para lograr un crecimiento profesional, ético y educativo en cada uno de los involucrados, está consistió en la elaboración de los siguientes materiales: 1) Impresos: Afiches, volantes, carteleras, mantas vinílicas y trifoliales, 2) Productos de audio: 5 spots radiofónicos, 3) Video: 2 videos animados y 1 video documental, 4) Multimedia: Correo electrónico, facebook, twitter, blogspot, 5) Productos promocionales: Camisas tipo polo, playeras y lapiceros, y 6) Eventos informativos para docentes y estudiantes. La tercera fase fue la ejecución de la campaña publicitaria en los medios que se mencionaron anteriormente, con esto se logró motivar al 75% del grupo objetivo para que participaran en las fases que conlleva el proceso de reforma curricular que se realizará en la Escuela durante los años 2013, 2014 y 2015.

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| 1. Introducción                                       | 1  |
| 2. Justificación                                      | 2  |
| 3. Diagnóstico  | 4  |
| 3.1 Institución                                       | 4  |
| 3.1.1 Ubicación geográfica                            | 4  |
| 3.1.2 Integración y alianzas estratégicas             | 4  |
| 3.1.3 Origen e historia                               | 4  |
| 3.1.4 Departamentos o dependencias                    | 6  |
| 3.1.5 Misión  | 10 |
| 3.1.6 Visión  | 10 |
| 3.1.7 Objetivos institucionales                       | 10 |
| 3.1.8 Público objetivo                                | 11 |
| 3.2 Objetivos del diagnóstico                         | 11 |
| 3.2.1 Objetivo general del diagnóstico                | 11 |
| 3.2.2 Objetivo específico del diagnóstico             | 11 |
| 3.3 Técnicas de recolección                           | 12 |
| 3.3.1 Observación                                     | 12 |
| 3.3.2 Documentación                                   | 12 |
| 3.3.3 Entrevistas a profundidad                       | 13 |
| 3.3.4 Grupos focales                                  | 15 |
| 3.3.5 Encuestas                                       | 17 |
| 3.3.6 Análisis de resultados                          | 17 |
| 3.4 Problema comunicacional                           | 19 |
| 3.5 Indicadores de éxito                              | 19 |
| 3.6 FODA  | 19 |
| 3.7 Aspectos que viabilizan la estrategia             | 21 |
| 3.8 Aspectos que podrían limitar los resultados       | 21 |
| 4. Proyecto a desarrollar                             | 21 |
| 4.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto | 21 |
| 4.2 Objetivo general de la estrategia                 | 22 |
| 4.3 Objetivo específico de la estrategia              | 22 |
| 4.4 Actividades que operativizan la estrategia        | 23 |
| 4.5 Financiamiento                                    | 24 |
| 4.6 Presupuesto                                       | 25 |
| 4.7 Beneficiarios                                     | 25 |
| 4.8 Recursos humanos                                  | 25 |
| 4.9 Áreas geográficas de acción                       | 26 |
| 4.10 Cuadro operativo de la estrategia                | 26 |

|   |    |
|---|----|
| 5. Informe de ejecución                                 | 27 |
| 5.1 Mantas vinílicas                                    | 27 |
| 5.2 Afiches publicitarios                               | 28 |
| 5.3 Carteleras  | 28 |
| 5.4 Trifoliales   | 29 |
| 5.5 Volantes  | 29 |
| 5.6 Spots radiofónicos                                  | 29 |
| 5.7 Videos animados                                     | 30 |
| 5.8 Video documental                                    | 30 |
| 5.9 Medios electrónicos                                 | 31 |
| 5.10 Camisa tipo polo                                   | 31 |
| 5.11 Lapiceros  | 32 |
| 5.12 Playeras   | 32 |
| 5.13 Actividad docente                                  | 32 |
| 5.14 Actividad estudiantil                              | 33 |
| 5.15 Pasos de aula                                      | 33 |
| 6. Programación y calendarización                       | 34 |
| 7. Conclusiones   | 36 |
| 8. Recomendaciones                                      | 38 |
| 9. Bibliografía   | 39 |
| 10. Anexos  | 40 |
| a) Organigrama de la ECC                                | 40 |
| b) Árbol del problema                                   | 41 |
| c) Gráficas estadísticas                                | 42 |
| d) Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia | 46 |
| e) Fotografías  | 47 |
| f) Cronograma de actividades del EPS                    | 49 |
| g) Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto     | 51 |
| g.1 Mantas vinílicas                                    | 51 |
| g.2 Afiches   | 51 |
| g.3 Carteleras  | 51 |
| g.4 Trifoliales   | 52 |
| g.5 Volantes  | 52 |
| g.6 Spots radiofónicos                                  | 52 |
| g.7 Videos animados                                     | 55 |
| g.8 Video documental                                    | 55 |
| g.9 Medios electrónicos                                 | 56 |
| g.10 Camisas tipo polo                                  | 57 |
| g. 11 Lapiceros   | 57 |
| g.12 Playeras   | 57 |

|   |    |
|---|----|
| g.13 Actividad Docente                                    | 58 |
| g.14 Actividad estudiantil                                | 59 |
| g.15 Pasos de aula  | 61 |
| h) Cuestionario de encuestas realizadas al grupo objetivo | 62 |

## 1. Introducción

El proceso de comunicación de la Coordinación Académica está determinado por su objetivo social, su origen que abarca los antecedentes históricos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, los departamentos que la conforman, la misión, visión, objetivos de la ECC, público objetivo y los objetivos del diagnóstico, además hace mención a los aspectos de importancia de la Reforma Curricular.

Para la recolección de datos a raíz de los problemas detectados se utilizó la técnica de observación, la que permitió conocer el problema que tuvo la Reforma Curricular de la carrera técnica de Periodismo, esto con el fin de estudiarlo y plantear soluciones en el nuevo proyecto que es la Reforma Curricular de la carrera de Licenciatura. La técnica de documentación también fue empleada para recabar información acerca de los hechos y acontecimientos trascendentales ocurridos en la Escuela, además de proveer las herramientas necesarias para conocer a fondo cada una de sus fortalezas y debilidades.

Las entrevistas a Docentes y Personal Administrativo, dieron a conocer la mala comunicación existente en la Ecc, los grupos focales se realizaron a estudiantes de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con la finalidad que emitieran su opinión sobre los medios de comunicación que conocen en la ECC, cuál prefieren utilizar, las debilidades que han observado en cada uno y los problemas que han tenido durante su carrera universitaria.

Las encuestas, fueron dirigidas únicamente a estudiantes de la carrera de Licenciatura, en virtud que era importante conocer el medio de comunicación que usaban para enterarse de los asuntos de la Escuela, así como las fortalezas y debilidades observadas en cada uno de ellos.

También se encuentra la estrategia que tuvo como objetivo informar a los estudiantes y docentes sobre la importancia que tiene la Reforma Curricular en la carrera de Licenciatura, para el mejoramiento de la calidad educativa a nivel superior.

Asímismo la ejecución de la campaña que se realizó a través de medios impresos: Afiches, volantes, carteleras, mantas vinílicas y trifoliales, productos de audio: 5 spots radiofónicos, video: 2 videos animados y 1 video documental, multimedia: correo electrónico, facebook, twitter, blogspot, productos promocionales: camisas tipo polo, playeras y lapiceros, y eventos informativos para docentes y estudiantes, los cuales se enfocaron principalmente en mejorar la comunicación y divulgación del proceso de Reforma Curricular.

## 1. Justificación

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado, se realizó una práctica de 800 horas en la Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, previo a obtener el título de Licenciatura. Durante dicho período se efectuó un proyecto de comunicación organizacional para determinar las necesidades y los vacíos comunicacionales existentes.

Por tal razón fue necesario elaborar un diagnóstico que recopilará toda la información necesaria para conocer la situación de la Coordinación Académica y así proponer una Estrategia de Comunicación eficaz que resolviera los problemas de comunicación organizacional que existían, los cuales no permitían una adecuada comunicación entre el emisor y el receptor.

Durante el desarrollo del diagnóstico se detectó que en el año 2010, la comisión académica efectuó el proyecto de Reforma Curricular de la carrera de Periodismo, sin embargo tuvo los siguientes problemas:

1. M. A. Cesar Urizar indicó que no existió un diagnóstico serio previo a realizar la Reforma Curricular de la carrera de Periodismo, por esta razón el personal designado para dicho proyecto se enfocó solo en efectuar modificaciones en el pensum de estudios. Además hubo escasa disponibilidad de tiempo por parte de la comisión, ya que se reunían únicamente dos veces por semana, lo cual no permitió avanzar en el proyecto de una forma eficaz. (Urizar, 2012)
2. M. A. Miguel Ángel Juárez, expresó que era necesaria una etapa de sensibilización la cual debió enfocarse en dar a conocer el proyecto de Reforma Curricular y que en parte así fue como lo hicieron las personas involucradas, pero la verdad se necesitaba más tiempo para que se informara, ya que como ocurre en todas partes siempre hay un grupo que tiene que llevar a cabo los proyectos y sobre la marcha se van involucrando otras personas. El tiempo fue otra limitante en el proceso, por cuestiones políticas algunos no aprobaron el proyecto en su debida oportunidad, tanto docentes como estudiantes estaban a la expectativa de lo que iba a pasar. La Reforma Curricular de periodismo se dio sin pensar que se necesitaban especialistas, por ejemplo en el curso de periodismo digital existían dos cuestiones 1) Buscar oportunidad a los docentes que pudieran capacitarse en estas áreas o 2) Buscar a personas que estuvieran en los medios, sin embargo hubo otro problema y fue la falta de presupuesto para pagar a esos docentes. (Juarez, 2012)
3. Gabriela Sandoval, encargada de Control Académico, informó que los problemas frecuentes presentados en los estudiantes con el nuevo pensum de estudios 2010 de la carrera de periodismo fueron: 1) "No saben de la existencia del pensum de estudios 2010". 2) Desconocen a qué pensum de estudio pertenecen (antiguo o nuevo). 3) Mala utilización en los códigos de los cursos. 4) No comprenden el cuadro de equivalencias entre el pensum antiguo y el vigente 2010. (Sandoval, 2012)

4. Msc. Sergio Morataya, expresó que el personal (docentes-estudiantes) no sabían nada sobre el proceso de Reforma Curricular de la carrera técnica de Periodismo, por tal razón los estudiantes desconocían los cursos que debían o no llevar, asimismo a los docentes no se les indicó sobre los nuevos cursos y por esa razón no contaban con las herramientas necesarias para impartirlos. (Morataya, 2012)

Dicha situación provocó resistencia, rechazo e insatisfacción en los Docentes, porque argumentaron que no conocían ningún aspecto relacionado con la Reforma Curricular de periodismo y que no estaban preparados para enseñar los nuevos cursos y sobre la marcha tendrían que modificarlos. Asimismo la población estudiantil estuvo inconforme porque no sabían que cursos deberían llevar.

Por tal razón surge la necesidad de realizar una estrategia de comunicación que sensibilice e informe a los docentes y estudiantes sobre la Reforma Curricular de Licenciatura, para lograr cambios de actitud en el sentido que apoyen y formen parte del proceso de la nueva Reforma Curricular que se plantea inaugurar en el año 2015.

Otra de las dificultades encontradas para llevar a cabo la estrategia, fue la falta de presupuesto, la Coordinación no contaba con fondos para ejecutarla, sin embargo la epesista realizó las gestiones pertinentes para solicitar patrocinios a empresas y con ello efectuar los materiales publicitarios de la campaña de comunicación.

El ejercicio profesional supervisado en la Coordinación Académica, permitió ganar experiencia en el ámbito comunicacional, ya que se elaboraron una serie de actividades que adquirieron nuevos conocimientos y ejecutarlos durante los 8 meses en que se fue desarrollando la misma, además fue un aporte al proyecto de Reforma Curricular, en el sentido que se informó y sensibilizó al 75% de los involucrados.

### **3. Diagnóstico**

#### **3.1 Institución**

Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), Coordinación Académica, Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC).

##### **3.1.1 Ubicación Geográfica:**

La Escuela de Ciencias de la Comunicación se encuentra ubicada en dos edificios, el primero Bienestar Estudiantil y el segundo M2; el Departamento de Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), está en el Segundo Nivel del Edificio M2, Ciudad Universitaria Zona 12, Ciudad de Guatemala.

##### **3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas**

En la actualidad la Coordinación Académica, no recibe apoyo de ninguna institución, tampoco cuenta con algún tipo de ayuda económica por parte de otras entidades, ya que depende únicamente del presupuesto que le asigne la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. (Pardo, 2012)

##### **3.1.3 Origen e Historia**

La historia de la ECC se remonta al año 1947, cuando el Consejo Superior Universitario aprobó la creación de una Escuela de Periodismo, sin embargo los estudios de esta naturaleza iniciaron en Guatemala en 1952, a raíz de un Congreso Centroamericano de Periodistas en San Salvador, al que asistió una delegación de la Asociación de Periodistas de Guatemala, en la que se planteó la necesidad de poner en marcha un centro regional de periodistas. (Bracamonte G. , 2004)

En agosto de 1952, la Escuela Centroamericana de Periodismo –ECAP- fue adscrita a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el Director de la –ECAP- fue Flavio Herrera. En aquel tiempo se otorgaba el título de Periodista Profesional en la carrera intermedia de periodismo en tres años y Licenciatura en Periodismo en cinco años. (Bracamonte G. , 2004)

Derivado de la necesidad de dotar a la Escuela de mayor rigor científico, teoría, práctica y un serio conocimiento del país, en 1975 se llevó a cabo un Congreso de Transformación, lo que dió como resultado la separación de la Facultad de Humanidades. (Bracamonte G. , 2004)

El 26 de noviembre de 1975, el Consejo Superior Universitario, en Acta 29-75 autoriza la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), adscrita a rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para la carrera de cinco años apegada a las leyes universitarias existentes en ese momento. (Bracamonte G. , 2004)

El currículo de la carrera de Periodismo fue modificado y se incluyeron nuevos cursos que suplieron los que ya existían, además se estableció el sistema pedagógico de unidades integradoras. Una unidad integradora era aquella que trataba de varios temas relacionados tratados a profundidad por profesores de varias disciplinas. (Urizar C. , 2011)

Por cuestiones de conflicto armado e insuficiencias presupuestarias el nuevo curriculum no pudo ser puesto en práctica, siendo así como en el año 1990 solamente se conservaba el nombre. Este es uno de los cambios ocurridos en el pensum ya que en 1946 se llevaban 46 cursos, en 1976 21 unidades integradoras, en 1977 16 unidades, 1978 y 1979 eran 50 unidades y en 1980 fueron 83 unidades. (Urizar C. , 2011)

El Consejo Superior Universitario por medio del Acta No. 2-84 en el año 1984, aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Fotografía Profesional, Locución Profesional y Publicidad Profesional, sin embargo por la nula demanda de fotografía, solo se impartieron Locución y Publicidad. (Urizar C. , 2011)

En 1991 una Comisión Técnica de Reestructura, presentó un proyecto de Nueva estructura Curricular que planteó una Licenciatura en Comunicación Social, enfocada en tres especializaciones a nivel intermedio: Especialización de Comunicación Institucional, Especialización en creación publicitaria y Especialización en Medios de Difusión Colectiva. (Urizar C. , 2011)

En 1989 la Junta Directiva Paritaria (JDP) logró el apoyo presupuestario (Acta 9-89 de CDP), para la creación de la jornada vespertina para la carrera de publicidad profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, la que inició en 1990. Por medio del Acta 2-90 de la JDP se implementó la comisión de tesis. (Urizar C. , 2011)

En 1996 se firma un convenio de cooperación entre la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Asociación de Periodistas de Guatemala, para que la Escuela impartiera un programa de nivelación para los periodistas en ejercicio y al año siguiente la USAC autoriza extender el programa para la Licenciatura en Periodismo. (Bracamonte G. , 2004)

El incremento de estudiantes en las Carreras de Ciencias de la Comunicación y las limitaciones de espacio físico dieron lugar a que en el año 1997, se aprobara el Plan de Autoformación a Distancia los días sábados de 8:00 a 18:00 horas, con el mismo pensum de las carreras del plan diario. (Bracamonte G. , 2004)

En el año 2002 se realizó un análisis de los pensum de los cursos, talleres y demás asignaturas, lo que condujo a la decisión de revisar y completar los pre-requisitos de los cursos y asignaturas fundamentados en que todo conocimiento tiene uno anterior que le antecede. De esa cuenta a partir del ciclo académico 2002 entra en vigencia un nuevo pensum que varía solo en cuanto a los pre-requisitos, conociéndose este pensum como "Pensum cerrado" en contraste con el anterior "Pensum abierto" que permitía cursar materias de distintos semestres sin mayores requerimientos. (Ballina, 2012)

En el año 2003, la estructura del máximo Órgano de Dirección de la Escuela, la Comisión Directiva Paritaria, sufrió una transformación porque se convirtió en Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que incluía un profesional representante de los egresados de la ECC, inscrito en el Colegio de Humanidades. También se realizaron cambios trascendentales en la infraestructura física de sus instalaciones y la proyección de los Departamentos. Como primer aspecto se remodeló la primera fase del edificio M-2 que fue asignado a la Escuela. (Bracamonte G. , 2004)

Además se realizaron actividades docentes en la sede del Centro Universitario de San Marcos (CUSAM), proyecto apadrinado por las naciones Unidas en Guatemala y coordinado por MINUGUA. La proyección de la ECC al interior del país cobró vigencia de manera institucional al ser aprobado dicho proyecto de manera autofinanciable por parte del Consejo Superior Universitario. Las actividades docentes dieron inicio en el plan sabatino y trimestral. (Bracamonte G. , 2004)

El ejercicio profesional supervisado (EPS) de Licenciatura en la Escuela, fue creado por la Junta Directiva Paritaria el 16 de agosto de 2005, como un mecanismo adicional de graduación a la tradicional tesis de grado. El EPS de las carreras técnicas fue aprobado en Punto Trigésimo del Acta 25-05 del Consejo Directivo. (Urizar C. , 2011)

### **3.1.4 Departamentos o Dependencias de la Institución**

#### **Consejo Directivo**

Es la autoridad máxima encargada de dirigir, administrar y regular todos los asuntos relacionados con la Escuela de Ciencias de la Comunicación; además es el órgano que decide los aspectos relativos a las políticas académicas y administrativas, solicitud y ejecución de presupuestos, autorización de tesis de graduación y su respectiva terna, convenios de cooperación con instituciones afines, aprobar los programas para las diversas enseñanzas. (Reglamento ECC)

El Consejo Directivo actualmente esta integrado por: (Ballina, 2012)

- Lic. Julio Moreno Sebastián (Director)
- M. A. Amanda Ballina Talento (Representante Docente)
- M. A. Lic. Víctor Carillas Brán (Representante Docente)
- Pub. José Jonathan Girón (Representante Estudiantes)
- Pub. Aníbal De León (Representante Estudiantes)
- Lic. Michael González (Representante Egresados)
- M. A. Claudia Molina (Secretaria)

#### **Dirección**

Actualmente el Director de la Escuela es el Lic. Julio Moreno Sebastián. La Dirección es elegida por los profesores titulares y gana por mayoría absoluta la elección de al menos dos, de los tres sectores electorales conformados por los profesores titulares, los estudiantes y los graduados de la Escuela, es electo cada cuatro años y reelecto únicamente para un nuevo período lectivo. (Reglamento ECC)

## **Coordinación Académica**

Según Msc. Sergio Morataya, esta oficina es la que se encarga de coordinar a cada uno de los coordinadores de área en todos los aspectos docentes, atender y asesorar a los estudiantes en los problemas que planteen, planificar y unificar programas, así como administrar todas las actividades académicas, que involucran al personal administrativo de Control Académico. Además efectúa lo relacionado al sistema de ubicación y nivelación de estudiantes de primer ingreso. Asimismo realiza los proyectos de Reforma Curricular.

## **Historia de la Comisión Académica**

La comisión académica fue creada como un ente asesor del Consejo Directivo para todos los asuntos académicos, está conformada por el Coordinador Académico. Fue creada a partir de 1976 esta era integrada por los Directores de área y por igual número de representantes estudiantiles, quienes eran electos por los estudiantes. (Coordinación, 2006)

## **Misión de la Comisión Académica**

Velar por el desarrollo de la actividad académica dentro del marco de legalidad, apegada a las directrices generales de la Universidad de San Carlos de Guatemala para beneficio de la comunidad docente y estudiantil. (Coordinación, 2006)

## **Visión de la Comisión Académica:**

Este órgano está destinado para el apoyo del cuerpo docente de la Escuela, propiciando su capacitación y orientando el desarrollo de los planes de acuerdo a las exigencias del mercado laboral, con sentido humano. (Coordinación, 2006)

Objetivos Específicos de la Comisión Académica:

1. Definir la orientación de los planes de la Escuela. (Coordinación, 2006)
2. Actualización constante de los planes de estudio. (Coordinación, 2006)
3. Resolver todos aquellos problemas académicos que surjan entre docentes y estudiantes, cuando no hayan sido resueltos por las instancias inferiores. (Coordinación, 2006)
4. Elaborar en forma conjunta los horarios de clases. (Coordinación, 2006)

Actualmente la comisión académica está integrada por los siguientes docentes: Msc. Sergio Morataya, Coordinador Académico, Lic. Antonio Melgar, Sub-coordinador académico, Lic. Luis Pedroza Sub-coordinación académica y Relaciones Públicas, Evelyn de León estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura, Cándido Joel Bautista Cortez Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura y Ana Gómez estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado en Diseño Gráfico.

## **Coordinación Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Carreras Técnicas**

Es la oficina encargada de supervisar a los estudiantes que realizan su práctica de las carreras técnicas de Periodismo, Locución y Publicidad. Los coordinadores de dicha práctica son: En la carrera de Periodismo Lic. Cesar Paíz, Locución Dr. Jose María Torres y Publicidad el Lic. Axel Santizo. (Meléndez, 2011)

## **Coordinación Plan de Autoformación a Distancia**

En el año 1997 el Consejo Superior Universitario, aprobó como un proyecto experimental los inicios de los dos primeros años de la carrera a distancia. En el año 2000, este Programa completó todos los semestres. El pensum de estudios es igual al de las jornadas vespertina y nocturna del Programa diario de la ECC, la única diferencia existente es la orientación, metodología y tiempo de enseñanza-aprendizaje. (Meléndez, 2011)

La metodología a distancia se enfoca en dividir las actividades en momentos presenciales que son las reuniones semanales entre catedráticos - estudiantes y de autoformación de los estudiantes, porque son investigaciones que los estudiantes realizan por si mismos. El horario de clases es días sábados de 8:00 a 18:00 horas. La coordinadora es M. A. Amanda Ballina. (Meléndez, 2011)

## **Comisión de Extensión**

Es el nexo social de la Universidad, está constituida como un programa integral docencia, investigación y servicio a través de la realidad para crear una conciencia que contribuya al desarrollo nacional. (Meléndez, 2011)

La comisión de extensión se concibe como un espacio de comunicación del que hacen los universitarios con la sociedad, como una acción reciproca en que tanto la sociedad como la universidad aprenden de la interacción. (Meléndez, 2011)

## **Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura**

Es coordinado por M. A. Otto Yela y M. A. Oneida Rodas, ambos se encargan de enseñar, orientar y supervisar a los estudiantes, que al finalizar el cierre de pensum de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación deciden realizar su Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura. (Yela, 2012)

## **Agencia Publicidad "Lagencia"**

Inició a mediados del año 2009, fué establecida para que los estudiantes realizarán la práctica de EPS de Publicidad y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, sin embargo hoy por hoy efectúa consultorias, estrategias de comunicación, campañas de comunicación a ONG, Facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala y otras entidades, el encargado es Lic. Hugo Nery Bach. (Agustin, 2012)

## **Coordinación de la Comisión de Tesis**

La coordinadora es la Licda. Aracely Mérida, es la encargada de asesorar a cada uno de los estudiantes que finalizaron su carrera de Licenciatura en ciencias de la comunicación y desean realizar su tesis o texto didáctico para obtener su título de Licenciatura.

## **Postgrado**

Es el ente encargado de implementar, administrar, coordinar y ejecutar los estudios de postgrados en la Escuela. La finalidad de los estudios de postgrado es profundizar en la formación y en la capacidad de generar conocimiento a través del manejo de las metodologías y de los aportes cognoscitivos. Los estudios de Postgrado están conformados por: Maestrías y Doctorados. (Pardo, 2012)

## **Coordinación del Centro de Investigaciones -CICC-**

Inició como Comisión de Investigación en el año 1978 y en 1989 se convirtió en Centro de Investigación de Ciencias de la Comunicación. Su objetivo es servir de apoyo a la actividad académica de la Escuela en las áreas: Científica, docente, administrativa e innovadora.

La función científica está enfocada a la búsqueda de conocimientos sobre comunicación social e investigación de problemas de comunicación social. La docente incorpora los resultados de investigaciones a la actividad del catedrático, por medio de pláticas, cursos, talleres o la publicación de artículos y ensayos. La Administrativa se fundamenta en elevar la calidad de los estudios de comunicación de la ECC. La coordinadora es la Licenciada Roxana Estrada. (Aguirre, 2010)

Además cuenta con otras Oficinas: (Aguirre, 2010)

Secretaría

Biblioteca Flavio Herrera

Estudio Fotográfico

Estudio de Grabación de Radio

Laboratorio de Redacción

Laboratorio de Televisión “Dr. Carlos Interiano”

Aula Magna Miguel Ángel Asturias

Auditorium “Juan Carlos Fernández”

Salón Ana María Pedroni

Sala para Exámenes Privados

Oficina de Información

Tesorería

### **3.1.5 Misión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

En sus procesos de enseñanza-aprendizaje utiliza tecnología de punta y ha implementado métodos pedagógicos que contribuyen a disminuir los índices de deserción y repitencia. Contribuye a promover la democracia, la diversidad cultural y lingüística, así como los derechos humanos a través de sus programas de investigación, docencia y extensión; los cuales están apoyados por una reestructuración curricular efectiva y permanente que posibilita el diseño y rediseño curricular para ampliar su oferta académica. (Ballina, 2012)

Cuenta con un sistema de estudios de pregrado, grado y postgrado acreditado y con alta calidad académica y acorde a las necesidades de la sociedad guatemalteca, de sus egresados y del desarrollo nacional que permite que sus profesionales estén certificados. (Ballina, 2012)

Fomenta la investigación mediante un sólido programa de formación y desarrollo metodológico en el que participan académicos y estudiantes que genera conocimiento para el fortalecimiento de la docencia y de los programas de extensión, así como para implementar nuevas metodologías de enseñanza aprendizaje. (Ballina, 2012)

### **3.1.6 Visión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.**

Ser la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, competitiva en el campo de las ciencias de la comunicación a nivel nacional, regional y global, responsable de organizar y dirigir la educación superior con equidad de género, con enfoque intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico y humanístico en el campo de su competencia, con una gestión actualizada, dinámica y efectiva que busca la excelencia académica para generar a través del estudio, la investigación. (Ballina, 2012)

### **3.1.7 Objetivos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

#### **Objetivo General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

1. Formar profesionales de las ciencias de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación y liberación de Guatemala. (Bracamonte, 2004)
2. Formar profesionales capaces de investigar, informar y orientar los diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente función en la resolución de la problemática nacional. (Bracamonte, 2004)
3. Establecer y fomentar la adecuación del estudiante de Ciencias de la comunicación al medio guatemalteco, proporcionándole los conocimientos teóricos y prácticos que le permitan la interpretación de los fenómenos socio-económicos del país y de la función que el profesional de la comunicación desempeña. (Bracamonte, 2004)

4. Participar como un todo, estudiantes profesores en los procesos tendientes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción, con miras a incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones que permitan la transformación integral del país. (Bracamonte, 2004)
5. Fomentar la acción multidisciplinaria en el proceso adicional. (Bracamonte, 2004)

### **Objetivos Específicos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

1. Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública. (Bracamonte, 2004)
2. Formar comunicadores que en forma crítica conozcan e interpreten la realidad nacional y el contexto en que ella está inmersa. (Bracamonte, 2004)
3. Formar profesionales de las ciencias de la comunicación capaces de enjuiciar, criticar y crear dentro del campo de su competencia. (Bracamonte, 2004)
4. Preparar periodistas capaces de hacer uso de todos los medios de comunicación con énfasis en las necesidades del país. (Bracamonte, 2004)

#### **3.1.8 Público Objetivo:**

Estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y docentes titulares.

### **3.2 Objetivos del Diagnóstico**

#### **3.2.1 Objetivo General del Diagnóstico**

Identificar el problema de comunicación organizacional en la Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para el planteamiento, elaboración y desarrollo de una propuesta comunicacional.

#### **3.2.2 Objetivos Específicos del Diagnóstico**

1. Caracterizar la situación actual de la comunicación interna de la Coordinación Académica.
2. Buscar los referentes teóricos y metodológicos sobre diagnósticos de comunicación en la Coordinación Académica.
3. Analizar los resultados de los métodos y técnicas empleadas, con el fin que se conozca el tipo de comunicación existente en la Ecc.

### **3.3 Técnicas de Recolección**

Son todas las formas posibles que usa el investigador para obtener información necesaria en el proceso investigativo. (Expresate.com, 2008)

Para la presente investigación se usaron las fuentes primarias y secundarias, las fuentes primarias nos permitieron obtener información a través del contacto directo con los estudiantes y docentes por medio de la observación, entrevistas, encuestas y grupos focales. Y las secundarias nos permitieron recabar información a través de documentos.

#### **3.3.1 Observación**

Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. (La técnica de observación, 2012)

Al observar el espacio o contexto social en la Coordinación Académica se logró percibir que existe variedad de criterios en el tema de Reforma Curricular por parte de los docentes, algunos están a favor y otros en contra. A nivel estudiantil no tienen ningún conocimiento sobre la Reforma Curricular, a pesar que ya se realizó en la carrera de periodismo. El personal administrativo también está inconforme con la Reforma Curricular de periodismo porque han observado que los estudiantes no comprenden el pensum vigente.

El espacio físico de la oficina de coordinación académica es reducido, cuentan con dos computadoras y como apoyo didáctico impresoras, escritorios, sillas, material de oficina, archivos y documentos relacionados al proyecto de Reforma Curricular de periodismo.

No poseen los programas de software, ni personal capacitado en el área de diseño para realizar materiales publicitarios, falta de páginas electrónicas. El proceso de Reforma Curricular carece de una imagen corporativa.

En la observación que se efectuó en la Coordinación Académica se detectó la inexistencia de campañas que demuestren la publicidad realizada en el proyecto de Reforma Curricular de la carrera de periodismo.

#### **3.3.2 Documentación**

Para la realización del diagnóstico, se utilizaron una serie de documentos que sirvieron para detallar toda la información teórica del mismo. Los documentos empleados fueron:

1) Memoria de Labores “Desarrollando comunicación”, 2004-2012, en dicho documento se encuentran los antecedentes históricos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así como los principales medios de comunicación (Periódico el Tiempo, Sitio Web, Circuito cerrado, radio comunicación) y los laboratorios existentes además algunas aulas de importancia. Información que sirvió de soporte para la justificación del mismo.

- 2) Informe de EPS: “Propuesta de Estrategia de Comunicación para fortalecer la visibilidad del Departamento y los programas de estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, elaborado por la Licda. Paniagua Leiva, Silvia Alejandra, en noviembre 2010, el cual sirvió de guía para realizar la estructuración del diagnóstico.
- 3) Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, allí se tomó información sobre el Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- 4) Informe de EPS: “Creación de Manual gráfico de materiales varios para su utilización en la Oficina de Comunicación e Información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, Lic. Aguirre Soria, Carlos Alfonso, Octubre 2010.
- 5) Folleto conteniendo la Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, realizado por M. A. Cesar Urizar, noviembre 2011.
- 6) Informe de EPS: “Guía estudiantil como documento indispensable para el fortalecimiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, elaborado por el Lic. Meléndez Pinzón, Ronny David en noviembre 2011, el cual sirvió de base para realizar la estructuración del diagnóstico.
- 7) Páginas de internet con los temas de importancia para el desarrollo del diagnóstico.
- 8) Proyecto de tesis: “El brief dentro de la realización de las campañas publicitarias”. Elaborado por la Licda. Sierra Ortiz, Claudia, en octubre 1999, utilizado para la realización del brief del logotipo de la Reforma Curricular.

### **3.3.3 Entrevistas a Profundidad**

La entrevista es un término que está vinculado al verbo entrevistar, quiere decir que es la acción de desarrollar una charla ya sea con una o más personas, la cual tiene como propósito hablar sobre determinados temas de interés. Por tal razón se dice que la entrevista es una conversación que llevan adelante dos o más personas con un fin determinado. (entrevista, 2008)

Se efectuaron entrevistas a Docentes activos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, y personal administrativo, quienes a continuación nos dan su punto de vista en relación a los aspectos de importancia de la ECC. Las personas entrevistadas fueron:

M. A. René Paniagua, Docente de Séptimo Semestre de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, jornada nocturna.

Licda. Ana Elisa Gudiel, Docente del Noveno Semestre de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, del Plan de Autoformación Profesional a Distancia -PAD-.

M. A. Raquel Miranda, encargada de Laboratorio de Redacción, Ecc.

Licda. Magali Zabala, Auxiliar de Biblioteca Flavio Herrera, Ecc.

Para conocer el punto de vista que tenían sobre los medios de comunicación de la Escuela, se les preguntó que debilidades habían observado en cada uno de ellos, a lo cual M.A. René Paniagua indicó que no existen los medios de comunicación, porque lo que se publica en el edificio M2, no llega a Bienestar Estudiantil, esto fue afirmado por la Licda Ana Elisa Gudiel quién dijo que no está al alcance de todos los estudiantes y docentes, además no todos tienen acceso a los mismos por estar en diferentes edificios. M. A. Raquel Miranda opina que no se les da mucho uso y que hay información en Bienestar Estudiantil que no llega al edificio M2. Por el contrario la Licda. Magali Zabala piensa que no hay ninguna debilidad ya que la mayoría de estudiantes utilizan página facebook y correo electrónico. En tal sentido se puede observar que la mayoría de entrevistados está de acuerdo en que los medios de comunicación de la Escuela son débiles y no cumplen su objetivo de informar porque no llegan a toda la población estudiantil y docente, haciéndolos deficientes y que pasen desapercibidos porque no se les presta la debida atención.

La Licda. Ana Gudiel, piensa que el medio más efectivo para recibir información sobre los asuntos de la Escuela es la Radio, porque es económico, no pierde vigencia y se puede dar una gran cantidad de contenido con pocos recursos económicos, para ella la radio es “la reina de los medios de comunicación”, indica que es importante que se usen todos los medios porque no hay uno más importante que otro ya que a un grupo se llega con un medio y a otro con distinto medio; para M. A. René Paniagua el internet es el medio más adecuado para recibir información ya que muchos estudiantes hacen uso de éste. Para M. A. Raquel Miranda se debe informar de acuerdo al grupo objetivo, para los estudiantes del edificio Bienestar Estudiantil la radio es el medio adecuado, sin embargo para el edificio M2 lo óptimo serían las pantallas, muppies, mantas y circuito cerrado, de esta manera se concluye que la radio, el internet, los medios impresos y visuales son convenientes para mantener informados a los docentes y estudiantes sobre los asuntos, proyectos y actividades que se realicen en la Escuela.

En relación a la opinión que merece el sistema informativo de la Ecc, M. A. René Paniagua expresa que no alcanzan a cubrir la meta, el fin o el propósito de quién los diseñó, porque se pasa desapercibido frente a ellos y no despiertan interés. M. A. Raquel Miranda cree que es necesario que los estudiantes, docentes y autoridades trabajen en conjunto para que realmente sea una Escuela de comunicación tanto interna como externamente, es necesario que exista una interrelación cordial entre todos, para tratar de convivir de la mejor manera sin dejar de lado que son seres humanos y necesitan la convivencia diaria. Licda. Ana Gudiel opina que hace falta que el flujo de información transite por las aulas que sean más medios que ayuden a mejorar la realimentación de contenidos y metodologías. La Licda. Magaly Zabala piensa que falla porque los mensajes que se desean informar no llegan al receptor de la forma que se espera, distorsionando el contenido de lo que se desea transmitir.

Dichas opiniones denotan que la Escuela, es deficiente en cuanto a transmitir información a la población estudiantil y docente, ya que los medios con que cuenta son poco eficaces y distorsionan el contenido de los mensajes que se envían. Esto es confuso ya que siendo una Escuela de comunicación lo que menos resalta es eso y no hay una adecuada divulgación para publicarlos, provocando así rechazo e insatisfacción por el desconocimiento de los asuntos relacionados con la Ecc.

### 3.3.4 Grupos Focales:

Se realizaron dos grupos focales de conversación para conocer cuál es la percepción general que tiene el estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación así como para determinar cuánto conoce sobre los medios de comunicación que allí existen.

El primer grupo está conformado por estudiantes del Séptimo semestre de la Carrera de Licenciatura Jornada Nocturna, dentro de la entrevista efectuada, varios estudiantes declararon que los medios de comunicación de la Escuela son muy deficientes, ya que estos deberían ser mejores e innovadores, que impacten tanto a nivel interno como externo, porque siendo una Escuela de comunicación lo que menos resalta es eso.

Manuel Hernández, indica que el único medio que conoce es electrónico, que en la página “verde” ([www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)) se entera de las actividades que realiza la escuela por ejemplo: “Calendarización, información de asignaciones y fechas extemporáneas de inscripciones”, sin embargo opina que le gustaría recibir programas de los cursos, zonas, horarios, folletos que en lugar de comprarlos los docentes escaneen los libros y se puedan descargar de allí, así como otro tipo de información que sea de interés académico.

Al momento de investigar si los estudiantes trabajan o participan en algún medio de comunicación, se determinó que únicamente Walter Arévalo trabaja como Encargado de prensa en el Tribunal Supremo Electoral, mientras que los otros estudiantes no laboran o lo hacen en otras áreas diferentes a su preparación estudiantil.

Alejandro Golcher, indica “los laboratorios de la escuela son para practicar”, pero los usan esporádicamente para hacer tareas, redactar noticias; además agrega que durante el tiempo que recibió sus cursos, fue muy poco lo que asistió al laboratorio de locución que quizá fue por la mala distribución del tiempo.

Francisco Ovando, manifiesta que las debilidades de los medios de comunicación de la Escuela “son muchos”, pero ha observado que en algunas ocasiones no son explícitos en cuanto a la información que se quiere transmitir, además se denota la falta de profesionalismo; la página de internet falla, lo que ocasiona que la sistematización en los trámites administrativos no se lleve a cabo como debería ser, porque hay que realizarlos personalmente.

En términos generales la opinión de este grupo focal, es que los medios de comunicación de la Escuela debería ser más profesionales en las publicaciones de los anuncios, porque el fin de la publicidad es crear comportamientos de cambios y eso es lo que menos provocan.

Además agregan que los medios electrónicos deberían ser más accesibles, interactivos, para ser un instrumento de apoyo y ayuda a los estudiantes, ya que actualmente no está cumpliendo su objetivo a cabalidad porque al final de cuentas se terminan enterando de las cosas más importantes de boca en boca.

Asimismo hay falta de comunicación entre las fuentes de información debido a que en la página de Internet aparece una información y en los Departamentos no tienen conocimiento, lo que provoca malestar en los estudiantes porque no hay coordinación ni comunicación en la información.

## **Segundo grupo focal**

Este grupo está conformado por estudiantes activos del Noveno Semestre del Plan de Autoformación Profesional a Distancia -PAD-.

Se observó que este grupo focal si tiene conocimiento sobre los medios de comunicación con que cuenta la Escuela, ya que al realizarles esta pregunta indicaron que conocen boletines, afiches, mantas, volantes, circuito cerrado de t. v., mupies, banner, página virtual y redes sociales (blogger, facebook, twitter, correo electrónico), a diferencia del primer grupo focal que solo conocían internet, radio y carteleras.

Al igual que el primer grupo focal únicamente un estudiante se desenvuelve en el ámbito comunicacional trabajando en T. V. Maya y los demás estudiantes realizan actividades laborales diferentes a su área académica, por ejemplo secretaria o contador.

Para Mynor Vinicio Castillo, la mayoría de estudiantes se entera de los asuntos de la Escuela por medio de la página web o boletines, además indica que ha observado algunas debilidades en cuanto a que los medios de comunicación, necesitan más publicidad, en radio comunicación, realmente de vez en cuando la han escuchado, y de esa forma los estudiantes ni se acuerdan que existe. Se puede observar que los medios no son conocidos por los estudiantes porque indicó: yo personalmente no conozco donde están, los laboratorios de radio, t.v., fotografía, a pesar que llevo ya varios años estudiando en la Escuela. Esta situación denota la falta de conocimiento que tienen los estudiantes de los medios de comunicación de la Escuela, los cuales son el pilar fundamental para dar a conocer todo tipo de información.

Vivian Paola Ortiz Santizo y Jaime Alexander Contreras Cante, coinciden que los principales medios para enviar información sobre la Escuela son la página de internet, redes sociales y circuito cerrado, porque la mayoría de estudiantes tienen acceso a los mismos y regularmente los revisan dos veces por semana, además creen que es conveniente informar por medio de boletines y volantes, ya que a la fecha no han recibido información por estos medios.

Por su parte Nery Hizay Gálvez, aporta que cuando se graduó “no saldrá bien preparado por los estudios”, ya que el nivel de enseñanza de la Escuela es muy bajo, y para poder aprender es necesario ser autodidacta buscar otros medios para ampliar los conocimientos, además es indispensable poner en práctica los conocimientos adquiridos, cosa que en la escuela no se hace, porque los laboratorios son utilizados de vez en cuando y por lo regular se emplean para cosas que no tienen que ver con los estudios.

### 3.3.5 Encuestas

Para la realización de las encuestas se utilizó el archivo electrónico de Microsoft Excel, denominado tamaño muestral, en el archivo se ingresó el total de la población estudiantil que en este caso fue de 1,304 estudiantes inscritos durante el primer semestre del año 2012 según información proporcionada por Control Académico, dando como resultado que se debía encuestar a no menos de 300 estudiantes para tener un nivel de seguridad o confianza del 95% y el margen de error para el presente análisis es de 5% del número total de estudiantes.

El 60% de los estudiantes corresponde al género femenino y el 40% masculino, están comprendidos en las edades de veinte a cuarenta y ocho años.

El instrumento para efectuar las encuestas fue el cuestionario, con el propósito de obtener información de la gran mayoría de la población y así determinar el nivel de conocimiento sobre los proyectos de la ECC.

### 3.3.6 Análisis de Resultados

#### 1. ¿Está bien organizada la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

El 25% de los encuestados respondió que “SI” está bien organizada la ECC, sin embargo el 60% indicó que “NO” está bien organizada y el 15% mencionó que esto se debe a la falta de comunicación. Esta situación refleja que para los estudiantes la escuela no está bien organizada y existe una barrera de información entre ambos.

#### 2. ¿Ha tenido acceso al reglamento de la ECC?

El 36% de los estudiantes indicó que “SI” ha tenido acceso al reglamento de la ECC, pero el 64% informó que “NO”. Esto denota que la mayoría de estudiantes no tiene conocimiento de las reglas y normas que rigen la escuela, a pesar que se observó que las mismas han sido entregadas por medio de boletines en la Oficina de Comunicación.

#### 3. ¿Conoce sus derechos y obligaciones como estudiante de la ECC?

El 29% de los encuestados “SI” conoce sus derechos y obligaciones mientras que el 71% “NO” tiene conocimiento de nada. Esto demuestra que la escuela no se ha tomado la tarea de informar adecuadamente a cada estudiante sobre el tema en mención.

#### 4. ¿La ECC ofrece las condiciones necesarias para asegurar el progreso y el desarrollo académico de los estudiantes?

Para la mayoría de estudiantes en este caso el 62%, la Escuela no ofrece las condiciones necesarias para asegurar el progreso y desarrollo académico, lo cual se debe a la falta de tecnología, desorganización administrativa y docente, pensum obsoleto o mala docencia, sin embargo el 21% opina que “SI” está acorde a las necesidades de cada estudiante.

5. ¿Conoce el actual Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Actualmente el 67% de la muestra no conoce el Consejo Directivo de la Escuela, a pesar que el la oficina de Comunicación ha hecho entrega a los estudiantes de boletines, ha efectuado publicaciones en la página web, en los cuales se menciona quienes integran el mismo, dicha situación refleja que la información divulgada no está llegando adecuadamente a los estudiantes, lo que provoca desconocimiento, mientras que el 33% "SI" lo conoce. Lo anterior denota que es necesario monitorear la información proporcionada para que está cumpla con sus objetivos.

6. ¿Sabe sobre algún proyecto que haya iniciado la ECC en su beneficio?

El 30% de los encuestados indicó que "SI" tiene conocimiento de proyectos como Agencia, los laboratorios de T. V. y radio, pero el 56% "NO" sabe sobre ningún proyecto realizado y el 13% solamente conoce el proyecto de los Privaditos.

7. ¿Conoces los laboratorios de la ECC?

Las encuestas indicaron que un 50% de los estudiantes "SI" conoce los laboratorios de la ECC, mientras que un 50% no los conoce.

8. ¿Marque los medios por los cuales se informa de los asuntos de la ECC?

A un 43% de los encuestados le gusta informarse de los asuntos de la Escuela por los medios electrónicos, ello se debe a que tienen fácil acceso a está herramienta, el 23% se informa de boca en boca, y el resto de estudiantes prefiere hacerlo por medio de afiches, boletines y mantas.

9. ¿Está acorde a sus expectativas el pensum de estudio de la ECC?

El 30% opina que el pensum de estudio "SI" está acorde a sus expectativas, sin embargo para el 53% no es así y para los demás estudiantes deberían existir más clases prácticas, estar actualizado, aplicarlo a la realidad y algunos cursos deberían cambiar.

10. ¿Cómo califica el perfil de ingreso y egreso de los estudiantes de la ECC?

Para el 64% de los estudiantes el perfil de ingreso y egreso es regular, mientras que para el 11% es malo, el 6% opina que es bueno y el 18% desconoce cómo es dicho perfil.

11. Mencione tres fortalezas que ha observado de la ECC

La mayor parte de estudiantes el 50% no hizo ningún comentario sobre las fortalezas de la ECC, sin embargo el otro 50% manifiesta que el cambio de autoridades, la existencia de docentes capacitados, la página de internet, el acercamiento del Director con los estudiantes y los laboratorios de la ECC son aspectos positivos para la Escuela.

## 12. Mencione tres debilidades que has observado de la ECC

Los encuestados opinan que la falta de comunicación en la escuela afecta en un 33% a los estudiantes porque no reciben la información adecuada, el 30% piensa que el pensum está muy desactualizado, el 17% indicó que hay mala calidad educativa mientras que el resto de estudiantes no indico ninguna debilidad.

### 3.4 Problema Comunicacional

A raíz del diagnóstico efectuado se ha determinado que el problema comunicacional de la Coordinación Académica es: La falta de información y divulgación en los procesos que se realizan en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### 3.5 Indicadores de éxito

El 75% de la población estudiantil y docentes serán sensibilizados por medio de una estrategia de comunicación realizada en el proceso de Reforma Curricular.

Se involucró al 75% de los estudiantes en la realización de los materiales publicitarios de la campaña.

El 75% de los docentes y estudiantes serán informados del proceso de Reforma Curricular de la Escuela.

Qué el 80% de los estudiantes y docentes apoyen y participen en el proceso de la Reforma Curricular.

### 3.6 FODA

Es una herramienta mercadológica que se utiliza para enumerar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa, marca producto o en algunos casos personas. En ingles es conocido como SWOT (Strengths, Weaknesses Opportunities, Threat). (Ensayos Lriosram, 2010)

A continuación se presenta el FODA de la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

| <b>Fortalezas</b>  | <b>Oportunidades</b>  |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Se cuenta con personal docente capacitado para la realización de proyectos que mejoren la calidad educativa.</li><li>2. El Personal docente que integra la Coordinación Académica son docentes de alto nivel académico, reconocida trayectoria y experiencia en el ámbito de las Comunicaciones sociales.</li><li>3. Apoyo de la Dirección de la Escuela de</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Elaboración de una estrategia de comunicación para socializar, e informar a los estudiantes, docentes y personal administrativo el proyecto de Reforma Curricular de la carrera de Licenciatura.</li><li>2. Formación de profesionales destacados y con calidad educativa tanto a nivel regional, nacional, e internacional.</li></ol> |

|   |  |
|---|--|
| <p>Ciencias de la Comunicación.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Participación de personal de Agencia de publicidad de la Escuela (Lagencia) en los diseños publicitarios.</li> <li>5. La Reforma Curricular tiene como objetivo promover estudiantes con alto nivel académico y profesionales a la vanguardia comunicación moderna.</li> <li>6. La ECC tiene los medios de comunicación necesarios para divulgar información, por ejemplo: Radio comunicación, circuito cerrado de televisión, medios electrónicos, redes sociales (facebook, twitter, youtube, correo electrónico) y carteleras.</li> <li>7. Cuenta con laboratorios de fotografía, televisión y radio.</li> <li>8. Recibe apoyo de una epesista del Ejercicio Profesional Supervisado – EPS-de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, para ejecutar proyectos comunicacionales.</li> <li>9. Existencia de una Biblioteca, y Auditorium.</li> <li>10. Docentes con amplio conocimiento y bien capacitados para impartir sus cursos.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Crear una sociedad educativa de profesionales comprometidos con la Escuela y el país.</li> <li>4. Se cuenta con la información necesaria para dar a conocer el proyecto a los estudiantes, docentes, personal administrativo.</li> <li>5. Realización de la campaña de sensibilización e información para fomentar en los estudiantes y docentes el conocimiento y la reflexión sobre la calidad educativa.</li> <li>6. Creación de un medio virtual (Blog) para mantener informados a los estudiantes sobre cada una de las etapas del proyecto de reforma.</li> <li>7. Elaboración de plataforma virtual (redes sociales)</li> <li>8. Efectuar gestiones para requerir patrocinios a entidades privadas para llevar a cabo la campaña publicitaria.</li> <li>9. Creación de un pensum de estudios efectivo.</li> <li>10. Realizar un cambio total al pensum de estudios dirigiéndolo hacia las nuevas formas de comunicación.</li> </ol> |
| <b>Debilidades</b>  | <b>Amenazas</b>  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de presupuesto.</li> <li>2. No hay bases de datos electrónicas.</li> <li>3. Los estudiantes desconocen el proyecto de reforma de la carrera de Licenciatura.</li> <li>4. Rechazo de la Reforma Curricular por parte del personal docente.</li> <li>5. Poco apoyo del personal administrativo sobre el proyecto de reforma.</li> <li>6. No cuenta con imagen corporativa.</li> <li>7. No cuenta con suficiente equipo de cómputo.</li> <li>8. Los estudiantes no apoyan el proyecto de Reforma Curricular.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las universidades están acreditando sus carreras para contar con profesionales egresados capaz de enfrentarse al mundo laboral.</li> <li>2. Poco apoyo de Docentes, personal Administrativo.</li> <li>3. Falta de seguimiento al proceso de Reforma Curricular.</li> <li>4. Insuficiente tiempo para realizar los materiales informativos.</li> <li>5. Escasos recursos para la realización de la campaña publicitaria.</li> <li>6. Mala comunicación entre estudiantes y docentes.</li> <li>7. La participación estudiantil es mala.</li> <li>8. No cuenta con imagen corporativa.</li> </ol>   |

### **3.7 Aspectos que viabilizan la estrategia**

La Dirección de la Escuela, proporcionó las herramientas para la realización de los materiales publicitarios.

La Coordinación Académica, está en toda la disposición de apoyar las actividades que se realicen para proyecto de Reforma Curricular de la carrera de Licenciatura. Posee una oficina con mobiliario y equipo adecuado para realizar reuniones, tiene servicio de luz, insumos de oficina, equipo de cómputo, internet, así como una serie de documentos para fortalecer el proyecto.

Apoyo de la autora del presente documento para realizar gestiones de solicitud de patrocinios para llevar a cabo la campaña publicitaria de sensibilización e información.

Participación de una estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de diseño gráfico, para la elaboración de los materiales publicitarios.

Cuenta con Laboratorios de radio y televisión de la Escuela.

### **3.8 Aspectos que podrían limitar los resultados**

Inexistencia de presupuesto, es un factor que afecta la ejecución de la campaña de sensibilización e información.

Barreras en la comunicación en los mensajes que se transmiten a docentes y estudiantes ya que estos no son comprendidos en la forma esperada.

Falta de divulgación en la imagen corporativa del proyecto de Reforma Curricular de la carrera de Licenciatura.

Poca sensibilización e información a los docentes y estudiantes a sobre la realización del proyecto de reforma.

## **4 Proyecto a desarrollar**

**“ESTRATEGIA PARA SENSIBILIZAR E INFORMAR DEL PROCESO DE REFORMA CURRICULAR DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

### **4.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto**

La Reforma Curricular en la Escuela de Ciencias de la Comunicación es necesaria e importante porque hace aproximadamente 20 años que no se realizan cambios significativos en la carrera de Licenciatura, en ningún aspecto del currículo, docencia, estructura física, etc.

En el año 2010 se llevó a cabo la Reforma Curricular de la carrera de periodismo, pero está no tuvo el éxito deseado, provocando rechazo e insatisfacción, porque modificaron el pensum de estudios, sin notificar previamente nada y por ello resultaron afectados tanto docentes como estudiantes.

A los estudiantes les ha afectado de la siguiente manera: a) algunos desconocen los cambios del pensum, b) otros si saben que el pensum fue modificado pero no saben qué cursos y c) los estudiantes que pensaban que ya habían recibido los cursos ahora resulta que tienen que repetirlos porque aparece con otro nombre y código, dando como resultado atrasos en las carreras, o modificación de una carrera a otra. Por ejemplo el curso Elementos de Lingüística española cambió a Redacción I y Redacción a redacción II, Literatura hispanoamericana a Periodismo especializado, etc. (Sandoval, 2012)

En tal sentido se efectuó la Estrategia que tuvo como objetivo sensibilizar e informar a docentes y estudiantes para persuadirlos y lograr su participación en la Reforma Curricular que se llevará a cabo en los años 2013, 2014 y 2015.

La estrategia está compuesta de una campaña publicitaria de sensibilización – información en la cual se lanzaron mensajes de cambio y apoyo, porque la Reforma Curricular busca modificar el nivel educativo de los estudiantes, optimizar del pensum de estudios, cambiar de carreras, implementar de nuevos cursos y práctica estudiantil-docente, para fomentar una juventud pro activa impulsadora capaz de enfrentarse al mundo laboral guatemalteco e internacional.

En la campaña se utilizaron varios medios de comunicación entre estos: Impresos, audio, video, multimedia, productos promocionales y eventos informativos. La publicidad se colocó en los edificios Bienestar Estudiantil y M2, porque aquí se encontraban ubicados los grupos objetivos. La publicidad va dirigida a Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD-, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

#### **4.2 Objetivo general de la estrategia**

Informar a estudiantes y docentes sobre la importancia que tiene la Reforma Curricular en la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para el mejoramiento de la calidad educativa y la formación de profesionales destacados.

#### **4.3 Objetivos específicos de la estrategia**

1. Divulgar mensajes de sensibilización con el fin de posicionar en la mente de la población estudiantil y docente, una actitud de apoyo en la Reforma Curricular.
2. Fomentar en estudiantes y docentes la participación, optimismo y esfuerzo en el proceso de Reforma Curricular.
3. Realizar una campaña publicitaria de sensibilización e información para el proceso de Reforma Curricular.

#### **4.4 Actividades que operativizan la estrategia**

##### **a) Productos impresos:**

Se elaboraron 100 afiches con mensajes de sensibilización e información sobre la Reforma Curricular, los cuales fueron colocados en todas las aulas, vitrinas y carteleras disponibles, puertas de servicios sanitarios, biblioteca Flavio Herrera y cafetería. 8 carteleras con mensajes de sensibilización e información se ubicaron en las carteleras del edificio Bienestar Estudiantil y M2. 2 mantas con mensajes de sensibilización e información, 2,000 trifoliales para los estudiantes y docentes, en ellos se incluyó la información de Reforma Curricular y los beneficios de la misma y 1,000 volantes de expectación previo al lanzamiento de la campaña.

##### **b) Productos de Audio:**

Realización de 5 spots radiofónicos con mensajes de sensibilización e información sobre la Reforma Curricular. Los cuales tendrán duración de 40”.

##### **c) Productos de video:**

Realización de 2 videos animados efectuados por estudiantes de la Escuela, los cuales se colocaron en las pantallas del circuito cerrado del edificio M2. Producción de un video documental, donde se informó el proceso de Reforma Curricular, posteriormente se colocó en las pantallas del circuito cerrado del edificio M2.

##### **d) Productos Multimedia:**

Correo electrónico, blogspot, redes sociales (facebook y twitter), estos medios fueron utilizados para colocar las mantas, afiches, volantes, carteleras y trifoliar, así como en la página de la Escuela.

##### **e) Productos Promocionales:**

Se realizaron 35 camisas tipo polo, las cuales tenían el logotipo de la Reforma Curricular y el logotipo del patrocinador, estas se entregaron al personal involucrado en el proceso de la reforma. 1,000 Lapiceros para personal de la reforma y repartirlos entre algunos docentes y estudiantes. 50 Playeras con los logotipos de Reforma Curricular para docentes y estudiantes.

##### **f) Actividad docente:**

Se programó una actividad para docentes, la cual fue realizada en el salón de docentes del Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con el fin de dar a conocer el proyecto de Reforma Curricular. En la misma se solicitó la participación del Director para informar el fin de la Reforma Curricular en la Escuela y a la vez solicitar el apoyo de cada docente.

#### g) Actividad estudiantil:

Se realizaron dos actividades estudiantiles una en el edificio M2 y otra en Bienestar Estudiantil, en estas se invitó al Director de la ECC y docentes de la Coordinación Académica para que dieran a conocer las ventajas de la Reforma Curricular en la carrera de Licenciatura, además se contó con la participación de grupos musicales.

#### h) Pasos de aula

Con el apoyo del Director de la Escuela fueron realizados los pasos de aula en los edificios M2 y Bienestar Estudiantil para informar a la población estudiantil sobre el proceso de Reforma Curricular que se inaugurará en el año 2015.

#### 4.5 Financiamiento:

La Estrategia de comunicación que se presenta a continuación se llevó a cabo con la participación de la Dirección de la Escuela, proporcionando los laboratorios para efectuar algunos materiales de comunicación, la Coordinación Académica y la epesista gestionó la solicitud de patrocinios para los materiales publicitarios que se ejecutaron en la campaña. Las empresas patrocinadoras fueron: Tecniscan de Guatemala, Sociedad Anónima, Radiología Vasculare Intervencionista, Sociedad Anónima, Sispro y DKL Comunicación de Impacto.

| No.                              | Descripción   | Cantidad | Precio Unitario | Precio total    |
|----------------------------------|---|----------|-----------------|-----------------|
| 1                                | Mantas  | 2        | Patrocinio      | Patrocinio      |
| 2                                | Afiches   | 100      | Patrocinio      | Patrocinio      |
| 3                                | Cartelera   | 8        | Patrocinio      | Patrocinio      |
| 4                                | Trifoliales   | 2,000    | Patrocinio      | Patrocinio      |
| 5                                | Volantes  | 1,000    | Q0.20           | Q200.00         |
| 6                                | Spots radiofónicos  | 5        | Q. 0            | Q. 0            |
| 7                                | Videos Animados   | 2        | Q. 0            | Q. 0            |
| 8                                | Video Documental  | 1        | Q. 0            | Q. 0            |
| 9                                | Medios electrónicos (correo electrónico y redes sociales) | 1        | Q. 0            | Q. 0            |
| 10                               | Camisas tipo polo   | 35       | Patrocinio      | Patrocinio      |
| 11                               | Lapiceros   | 1,000    | Q. 0            | Q. 0            |
| 12                               | Playeras  | 50       | Q. 0            | Q. 0            |
| 13                               | Actividad Docente   | 1        | Q400.00         | Q400.00         |
| 14                               | Actividad Estudiantil                                     | 2        | Q. 0            | Q. 0            |
| 15                               | Pasos de Aula   | 1        | Q. 0            | Q. 0            |
| <b>VALOR TOTAL DE LA CAMPAÑA</b> |   |          |                 | <b>Q.600.00</b> |

#### 4.6 Presupuesto

La Coordinación Académica no contaba con presupuesto, para llevar a cabo la ejecución de la campaña para el proceso de reforma, sin embargo para elaborar los materiales publicitarios, se recibió apoyo de la Dirección y patrocinios.

| No.                              | Descripción   | Cantidad | Precio Unitario | Precio total      |
|----------------------------------|---|----------|-----------------|-------------------|
| 1                                | Mantas  | 2        | Q250.00         | Q500.00           |
| 2                                | Afiches   | 100      | Q6.00           | Q600.00           |
| 3                                | Carteleras  | 8        | Q66.25          | Q530.00           |
| 4                                | Trifoliales   | 2,000    | Q0.25           | Q500.00           |
| 5                                | Volantes  | 1,000    | Q0.20           | Q200.00           |
| 6                                | Spots radiofónicos  | 5        | Q4,000.00       | Q20,000.00        |
| 7                                | Videos Animados   | 2        | Q.5,000.00      | 10,000.00         |
| 8                                | Video Documental  | 1        | Q.8,000.00      | Q8,000.00         |
| 9                                | Medios electrónicos (correo electrónico y redes sociales) | 1        | Q200.00         | Q200.00           |
| 10                               | Camisas tipo polo   | 35       | Q70.00          | Q2,450.00         |
| 11                               | Lapiceros   | 1,000    | Q2.50           | Q2,500.00         |
| 12                               | Playeras  | 50       | Q20.00          | Q1,000.00         |
| 13                               | Actividad Docente   | 1        | Q400.00         | Q400.00           |
| 14                               | Actividad Estudiantil                                     | 2        | Q1,000.00       | Q2,000.00         |
| 15                               | Pasos de Aula   | 1        | Q100.00         | Q100.00           |
| <b>VALOR TOTAL DE LA CAMPAÑA</b> |   |          |                 | <b>Q48,980.00</b> |

#### 4.7 Beneficiarios

La estrategia de comunicación se efectuó a docentes interinos, docentes titulares, auxiliares y 1,304 estudiantes de sexo masculino y femenino inscritos en la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación Profesional a Distancia -PAD- del edificio Bienestar Estudiantil y M2.

#### 4.8 Recursos Humanos

##### Director de la ECC

Participó en cada una de las actividades que se programaron para la ejecución de la estrategia de comunicación, asimismo fue encargado de proporcionar los medios de comunicación necesarios para su realización.

##### Coordinador Académico

Fue el encargado de supervisar, modificar y aprobar el proyecto de Reforma Curricular, así como coordinar todas las actividades que se realizaron, además apoyo en la realización de todos los materiales publicitarios que se hicieron en la campaña publicitaria.

## Sub-coordinadores académicos

Se encargaron de dirigir, organizar y monitorear el proyecto de Reforma Curricular, además participaron en los eventos docentes y estudiantiles.

## Epesista de Licenciatura

Realizó y ejecuto la estrategia de comunicación del proyecto de Reforma Curricular, organizó los eventos para desarrollar el proyecto, así como otras atribuciones que fueron asignadas.

## Epesista de Diseño gráfico

Efectuó todos los diseños impresos y audiovisuales que se requirieron para los materiales de la campaña publicitaria.

## Personal de Lagencia

Apoyó en la realización de diseño para el logotipo de la Reforma Curricular.

## Personal Administrativo de la ECC

Asesoró en el uso de los laboratorios de audio y video la ECC, así también en la publicación de los materiales publicitarios, en los medios electrónicos y audiovisuales de la Escuela.

## 4.9 Áreas Geográficas de Acción

La presente estrategia de comunicación se realizó en el interior de las instalaciones de los edificios Bienestar Estudiantil y M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad Universitaria zona 12.

## 4.10 Cuadro Operativo de la Estrategia:

| Actividad o Producto Comunicacional                                      | Objetivo Específico   | Presupuesto | Recurso Humano   | Área Geográfica de Impacto           | Beneficiarios           | Fecha de Ejecución |
|--|---|-------------|--|--------------------------------------|-------------------------|--------------------|
| 1. Impreso<br>Mantas<br>Afiches<br>Carteleras<br>Trifoliales<br>Volantes | Fomentar el conocimiento y la reflexión sobre la Reforma Curricular.  | Q.2,330.00  | Diseñador<br>Coordinador Académico<br>Epesistas<br>Estudiantes de la Ecc.                                      | Edificios Bienestar Estudiantil y M2 | Estudiantes<br>Docentes | 01 al 06/10/2012   |
| 2. Audio<br>Spots Radiofónicos   | Sensibilizar a los estudiantes y docentes sobre la reforma Curricular | Q.20,000.00 | Locutores<br>Coordinador Académico<br>Editor<br>Epesistas<br>Personal estudio audio.<br>Estudiantes de la Ecc. | Edificio Bienestar Estudiantil       | Estudiantes<br>Docentes | 01 al 10/10/2012   |

|  |   |             |   |  |                         |                        |
|--|---|-------------|---|--|-------------------------|------------------------|
| 3. Video<br>Videos animados<br>Video<br>Documental                                 | Informar a docentes y estudiantes el proceso de Reforma Curricular  | Q.18,000.00 | Editor<br>Epesistas<br>Coordinador<br>Académico   | Edificio M2                                | Estudiantes<br>Docentes | 03/10 al<br>15/10/2012 |
| 4. Medios<br>Electrónicos<br>Correo electrónico<br>Facebook<br>Twitter<br>Blogspot | Mantener informados a los docentes y estudiantes de lo que es la reforma curricular por medio de redes sociales | Q200.00     | Epesistas<br>Personal del Depto.<br>Comunicación de la<br>ECC<br>Coordinador<br>Académico                             | Edificio M2                                | Estudiantes<br>Docentes | 01 al<br>06/10/2012    |
| 5. Productos<br>promocionales  | Persuadir a los docentes y estudiantes sobre el proceso de reforma.   | Q5,950.00   | Diseñador<br>Epesistas<br>Coordinador<br>Académico  | Edificios M2 y<br>Bienestar<br>Estudiantil | Estudiantes<br>Docentes | 01 al<br>06/10/2012    |
| 5. Actividad docente   | Informar y concientizar sobre el proceso de Reforma Curricular.   | Q400.00     | Director<br>Coordinador<br>Académico<br>Sub-coordinadores<br>académicos<br>Epesista                                   | Edificio M2                                | Docentes                | 01 al<br>03/10/2012    |
| 6. Actividad<br>Estudiantil  | Informar a los estudiantes para que apoyen el proyecto de Reforma Curricular                                    | Q.2,000.00  | Director,<br>Coordinador<br>Académico<br>Sub-coordinador<br>académico<br>Epesista<br>Estudiantes 8vo.<br>Semestre PAD | Edificios M2 y<br>Bienestar<br>Estudiantil | Estudiantes             | 01 al<br>06/10/2012    |
| 7. Pasos de Aula   | Concientizar a estudiantes sobre la importancia de la reforma.  | Q100.00     | Director<br>Epesista  | Edificios M2,<br>Bienestar<br>Estudiantil  | Estudiantes             | 01 al<br>06/10/2012    |

## 5. Informe de ejecución

### 5.1 Mantas vinílicas (ver anexo página 51 )

Objetivo de la actividad específica: Sensibilizar e informar sobre el proyecto de Reforma Curricular, dando a conocer que éste es un cambio de 360° para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, motivo por el cual es necesaria su participación.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD-, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Impreso.

Áreas geográficas de impacto: Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, en el edificio Bienestar Estudiantil y edificio M2.

Presupuesto: Q500.00

Resultados en base a indicadores: Con la realización de las mantas se logró sensibilizar al 75% de los estudiantes y docentes.

## **5.2 Afiche publicitario (ver anexo página 51)**

Objetivo: Informar la necesidad de la Reforma Curricular en la Escuela ya que desde el año 1976 no se han hecho cambios significativos en la carrera de Licenciatura.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD-, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Impreso

Área geográfica de impacto: Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, edificio Bienestar Estudiantil y edificio M2. Se colocarán en todas las aulas, vitrinas y carteleras disponibles, puertas de servicios sanitarios, biblioteca Flavio Herrera y cafetería.

Presupuesto: Q600.00

Resultados en base a indicadores: El 75% de los estudiantes se involucraron en el proceso de Reforma Curricular de la Escuela.

## **5.3 Cartelera (ver anexo página 51)**

Objetivo: Persuadir e informar el cambio de 360° que se llevará a cabo en la Escuela, el que trae nuevas oportunidades estudiantiles y profesionales para el año 2015.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD-, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Impreso.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil, en el primer nivel pasillo a la derecha y Edificio M2, primer nivel lado derecho, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Presupuesto: Q530.00

Resultados en base a indicadores: El 80% de los estudiantes participaron en el proceso de Reforma Curricular.

#### **5.4 Trifoliar (ver anexo página 52)**

Objetivo: Informar de forma detallada cada una de las ventajas de la Reforma Curricular, que se llevará a cabo en los años 2013, 2014, y 2015.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD-, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Impreso.

Área geográfica de impacto: Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, específicamente en el edificio Bienestar Estudiantil y edificio M2.

Presupuesto: Q500.00

Resultados en base a indicadores: El 75% de los docentes y estudiantes fueron informados del proceso de Reforma Curricular.

#### **5.5 Volantes (ver anexo página 52)**

Objetivo: Crear curiosidad en el tema de Reforma Curricular, para que todos estén pendientes de lo que se trata el cambio de 360°.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Impreso.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Presupuesto: Q.200.00

Resultados en base a indicadores: En un 75% se logró sensibilizar e informar a docentes y estudiantes.

#### **5.6 Spots radiofónicos (ver página 52)**

Objetivo: Informar a la población involucrada, por medio de mensajes de sensibilización el proyecto de Reforma Curricular que se iniciará en la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el año 2013.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares.

Medio utilizado: Radio comunicación.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q20,000.00

Resultados en base a indicadores: El 80% de los estudiantes apoyaran el proceso de Reforma Curricular.

### **5.7 Videos animados (ver anexo página 55)**

Objetivo: Ofrecer información de la Reforma Curricular, las ventajas en cuanto al crecimiento profesional y personal de sus carreras comunicacionales. Además las imágenes buscan posicionarse en la mente del grupo objetivo, para que el concepto de reforma sea fácil de recordar e interpretar.

Público objetivo: Estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y docentes titulares.

Medio utilizado: Circuito cerrado de televisión por medio de 03 televisores colocados en el primero y segundo nivel del edificio M2.

Área geográfica de impacto: Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Presupuesto: Q10,000.00

Resultados en base a indicadores: Se sensibilizó al 75% de los estudiantes y docentes.

### **5.8 Video Documental (ver anexo página 55)**

Objetivo: Informar y conscientizar que es necesario un cambio en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ya que después de 33 años está no ha sufrido modificaciones significativas en ningún aspecto.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Circuito cerrado de televisión por medio de 03 televisores colocados en el primero y segundo nivel del edificio M2.

Área geográfica de impacto: Primero y segundo nivel Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Presupuesto: Q8,000.00

Resultados en base a indicadores: Se informó sobre el proceso de Reforma Curricular al 75% de la población beneficiada.

### **5.9 Medios Electrónicos (ver anexo página 56)**

Objetivo: Informar y persuadir por medio de las redes sociales, todos los aspectos relacionados al proyecto de Reforma Curricular así como que participen en las etapas que se realizarán en los años 2013, 2014 y 2015.

Público objetivo: Estudiantes, auxiliares y docentes que posean cuentas en redes sociales (facebook, blogger, twitter) y/o correo electrónico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Internet

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

Presupuesto: Q.200.00

Resultados en base a indicadores: El 75% de los estudiantes fueron sensibilizados del proceso de Reforma Curricular.

### **5.10 Camisa tipo polo (ver anexo página 57)**

Objetivo: Atraer la atención del público objetivo por medio de este producto promocional que se puede tocar y usar, además busca posicionar en la mente de la población el proyecto de Reforma Curricular.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares.

Medio utilizado: Productos promocionales.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q.2,450.00.

Resultados en base a indicadores: El 80% de los estudiantes apoyarán el proceso de Reforma Curricular.

### **5.11 Lapiceros (ver anexo página 57)**

Objetivo: Llamar la atención del grupo objetivo, para que puedan utilizarlos en cualquier actividad que realicen ya sea en la Escuela o en otro lugar.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares.

Medio utilizado: Productos promocionales.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q.2,500.00.

Resultados en base a indicadores: El 75% de los estudiantes y docentes se involucraron en el proceso de Reforma Curricular

### **5.12 Playeras (ver anexo página 57)**

Objetivo: Persuadir al grupo objetivo para que sea fiel a la Reforma Curricular y que cuando llegue el momento de emitir opinión en cada tema, lo hagan de una forma participativa y de apoyo.

Público objetivo: Estudiantes de la carrera de Licenciatura de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y Docentes titulares.

Medio utilizado: Productos promocionales.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q.1,000.00

Resultados en base a indicadores: Se logró sensibilizar al 75% de los estudiantes y docentes de la Escuela.

### **5.13 Actividad Docente (ver anexo página 58)**

Objetivo: Sensibilizar e informar al personal docente sobre el proceso de Reforma Curricular, logrando su participación en la Reforma Curricular de los años 2013 a 2015.

Público objetivo: Auxiliares, Docentes interinos, docentes titulares.

Medio utilizado: Actividad informativa.

Área geográfica de impacto: Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q400.00

Resultados en base a indicadores: Se llevó a cabo dicha actividad con la participación del 80% de docentes involucrados en el proceso de la Reforma.

#### **5.14 Actividad estudiantil (ver anexo página 59)**

Objetivo: Informar el fin primordial de la Reforma Curricular de manera dinámica y amena, para concientizarlos que su participación es necesaria debido a que se efectuarán modificaciones que pretenden preparar a una nueva generación de comunicadores y comunicadoras.

Público objetivo: Estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio utilizado: Actividad informativa.

Área geográfica de impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q2,000.00

Resultados en base a indicadores: Se alcanzó el 80% de la participación de la población estudiantil.

#### **5.15 Pasos de aula (Ver anexo página 61)**

Objetivo: Informar, concientizar y motivar a los estudiantes y docentes, sobre la Reforma Curricular de la Escuela, la cual requiere su apoyo y participación en los talleres que se realizarán en los años 2013 y 2014.

Público objetivo: Estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Medio Utilizado: Pasos de aula.

Área Geográfica de Impacto: Edificio Bienestar Estudiantil y Edificio M2 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Presupuesto: Q100.00

Resultados en base a indicadores: Se sensibilizó al 75% de la población estudiantil de la Escuela.





## 7. CONCLUSIONES

Al iniciar el Ejercicio Profesional Supervisado en la Coordinación Académica, se observó que la necesidad comunicacional era informar el proyecto de Reforma Curricular en la carrera de Licenciatura, razón por la cual se procedió a efectuar el diagnóstico, mismo que determinó el rechazo de la reforma por parte de docentes y estudiantes; lo anterior debido a que en el año 2010 la carrera de Periodismo había sufrido cambios significativos en su pensum de estudios, lo cual causó inconformidades por las siguientes razones: 1) No le consultaron del cambio a estudiantes y docentes. 2) No hubo una campaña de comunicación que informará el proceso que se estaba realizando en la reforma, ni los cambios que se efectuarían. 3) A la fecha hay mucho desconcierto en la asignación de cursos. 4) Se publicaron tres tablas de asignaciones diferentes y los estudiantes no saben que cursos asignarse. Asimismo había otro problema que era la falta de imagen en el proyecto de Reforma Curricular.

Como parte del diagnóstico se recopiló información para determinar cual era la opinión del sistema informativo de la Escuela, siendo así como se efectuaron entrevistas a docentes quienes opinaron que los medios de comunicación de la Escuela son deficientes y no alcanzan a cubrir la meta deseada, se realizaron grupos focales con estudiantes informando que los medios de comunicación de la Escuela no son eficaces ya que no provocan comportamientos de cambio como debe ser, además se pasaron encuestas a 300 estudiantes de un total de 1,304 estudiantes inscritos durante el primer semestre del año 2012, ya que según la formula esto daría un nivel de seguridad o confianza del 95%, y un margen de error para el presente análisis del 5%, quienes mencionaron que la información de la Escuela no era adecuada y que existen debilidades en los medios de comunicación por la falta de información y actualización.

A raíz de dicha situación, como primer punto se procedió a realizar la imagen de la Reforma Curricular, siendo el slogan “Reforma Curricular, un cambio de 360°”, luego con apoyo del personal de Lagencia, la epsista de Licenciatura y la epsista de diseño gráfico, se efectuó el logotipo que gira en cuatro ejes que son: excelencia académica, uso de tecnología, profesionalización y actualización de cursos. Luego se realizó una estrategia de comunicación para sensibilizar e informar a estudiantes de las jornadas vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia -PAD- de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Auxiliares, Docentes interinos y docentes titulares, llevando a cabo una planificación para la elaboración de materiales adecuados y de alto impacto estratégico y comunicacional para solventar dicha problemática.

Los materiales impresos que se efectuaron fueron: Mantas, carteleras, afiches, trifoliales y volantes, todos ellos se realizaron con fotografías que se tomaron a estudiantes de la Escuela, esto para iniciar el proceso de participación en la reforma, posteriormente fueron publicados en los medios de la Escuela. Con el apoyo de estudiantes del EPS de Locución se efectuaron spots radiales y un video documental. Las redes sociales (correo electrónico, facebook, twitter, blogspot) también se utilizaron para dar a conocer todos los materiales publicitarios. Se llevó a cabo una actividad docente y estudiantil, para informar a la población sobre el proceso de Reforma Curricular.

La realización de pasos de aula fue una parte muy importante en la campaña, ya que está permitió concientizar a los estudiantes y docentes para que participen y apoyen la Reforma Curricular que se realizará en la Escuela.

La campaña permitió una buena comunicación entre estudiantes y docentes, ya que se informó la importancia de la reforma en la Escuela y los beneficios que proporcionará principalmente en promover la excelencia académica, usar tecnología, profesionalización y actualización de cursos, etc.

Sensibilizó a la población en el sentido que logró la participación en cada una de las fases de la Reforma Curricular que se efectuó en el presente año y las que se efectuarán en los años 2013, 2014 y 2015.

## 8. RECOMENDACIONES

A continuación se presentan las siguientes recomendaciones, con el fin que sean de apoyo a la Institución en futuros proyectos de comunicación.

- Se sugiere a la Coordinación Académica que instalen programas de diseño gráfico, audio y video, que permitan agilizar la elaboración de los materiales que se utilizan en las campañas publicitarias.
- Es recomendable que las autoridades de la Escuela, asignen un rubro económico específico para la ejecución de campañas publicitarias.
- Socializar los proyectos de comunicación con el personal a cargo de los laboratorios de la Escuela, con el propósito que se apoye a los docentes en la realización de los materiales publicitarios.
- Se solicita que con base al presente trabajo de comunicación, se de seguimiento a las etapas que conlleva el proyecto de Reforma Curricular que se tiene programado para los años 2013, 2014 y 2015.
- Se recomienda que se mantenga informada a la población estudiantil y docente sobre todos los procesos que conlleva la reforma, esto con el fin de fortalecer la relación comunicacional que debe existir entre ambos y de esta forma estén adecuadamente informados y puedan participar en mejorar la calidad educativa de la Escuela.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, C. (10 de 2010). Creación de manual gráfico de materiales varios para su utilización en la Oficina de Comunicación e Información de la ECC. *Departamentos o Dependencias de la ECC* . Guatemala, Guatemala, Guatemala.

Agustin, P. (25 de 02 de 2012). Creación de Lagencia. (E. d. Leon, Entrevista personal)

Ballina, G. (09 de 03 de 2012). *El Portal Oficial de la ECC*. Referentes históricos de la ECC-USAC: [www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

Bracamonte, G. (2004). *Memoria de Labores" Desarrollando comunicación"*. Guatemala: ECC.

Coordinación, A. (11 de 2006). Manual de Organización de la Comisión de Coordinación Académica. Guatemala, Guatemala.

*Expresate.com*. (12 de 01 de 2008). Técnicas de recolección de información: [www.expresate.com/post](http://www.expresate.com/post)

Juarez, M. A. (19 de 03 de 2012). Problemas en la Reforma Curricular de Periodismo. (E. d. León, Entrevista personal)

*Crecenegocios*. *La técnica de observación*. (26 de 04 de 2012). [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com)

Meléndez, R. (11 de 2011). Guía Estudiantil como documento indispensable para el fortalecimiento de la ECC. *Departamentos o Dependencia de la ECC* . Guatemala, Guatemala.

Morataya, M. S. (09 de 07 de 2012). Problemas en la Reforma Curricular de Periodismo. (E. d. León, Entrevista personal)

Ortiz, C. S. (1999). *El brief dentro de la realización de las campañas publicitarias*. Guatemala.

Pardo, G. (20 de 03 de 2012). Oficina de Postgrado. (E. d. Leon, Entrevista personal)

Sandoval, G. (21 de 03 de 2012). Problemas en la Reforma Curricular de Periodismo. (E. d. León, Entrevista personal)

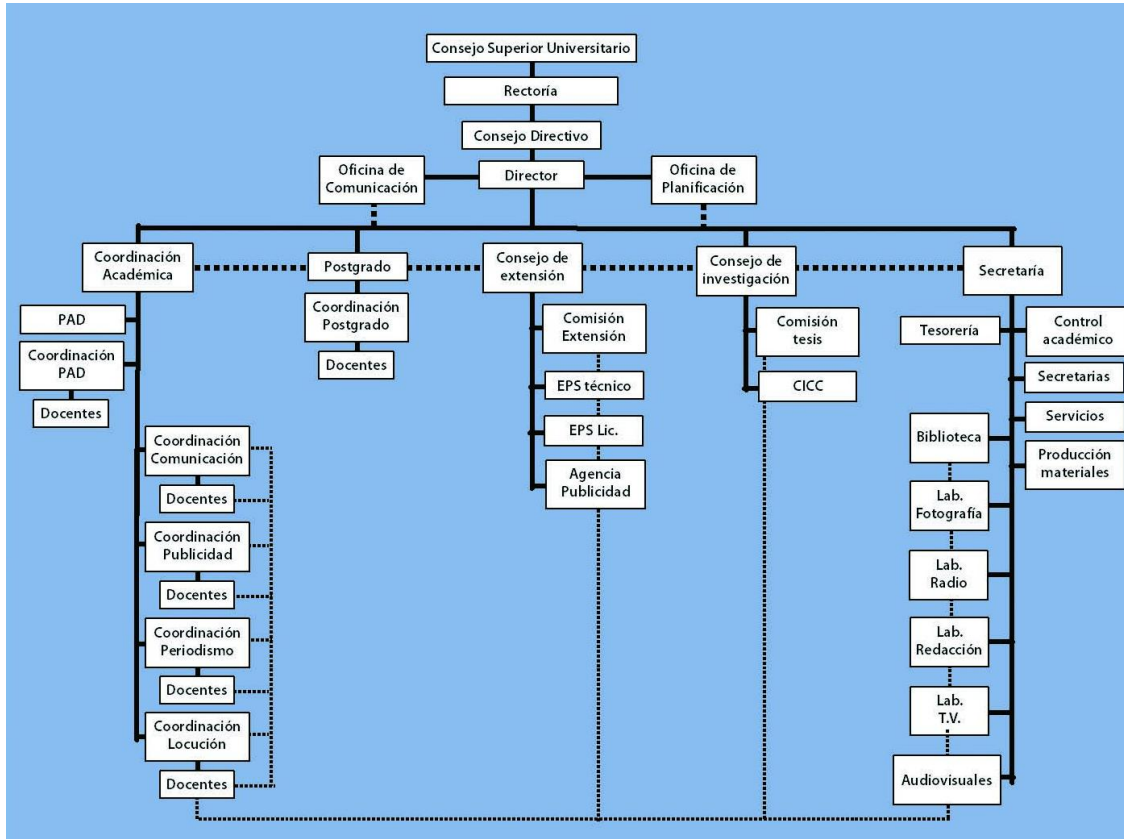
Sandoval, G. (16 de 04 de 2012). Población estudiantil inscrita año 2012. (E. d. León, Entrevista personal)

Urizar, C. (noviembre de 2011). Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala.

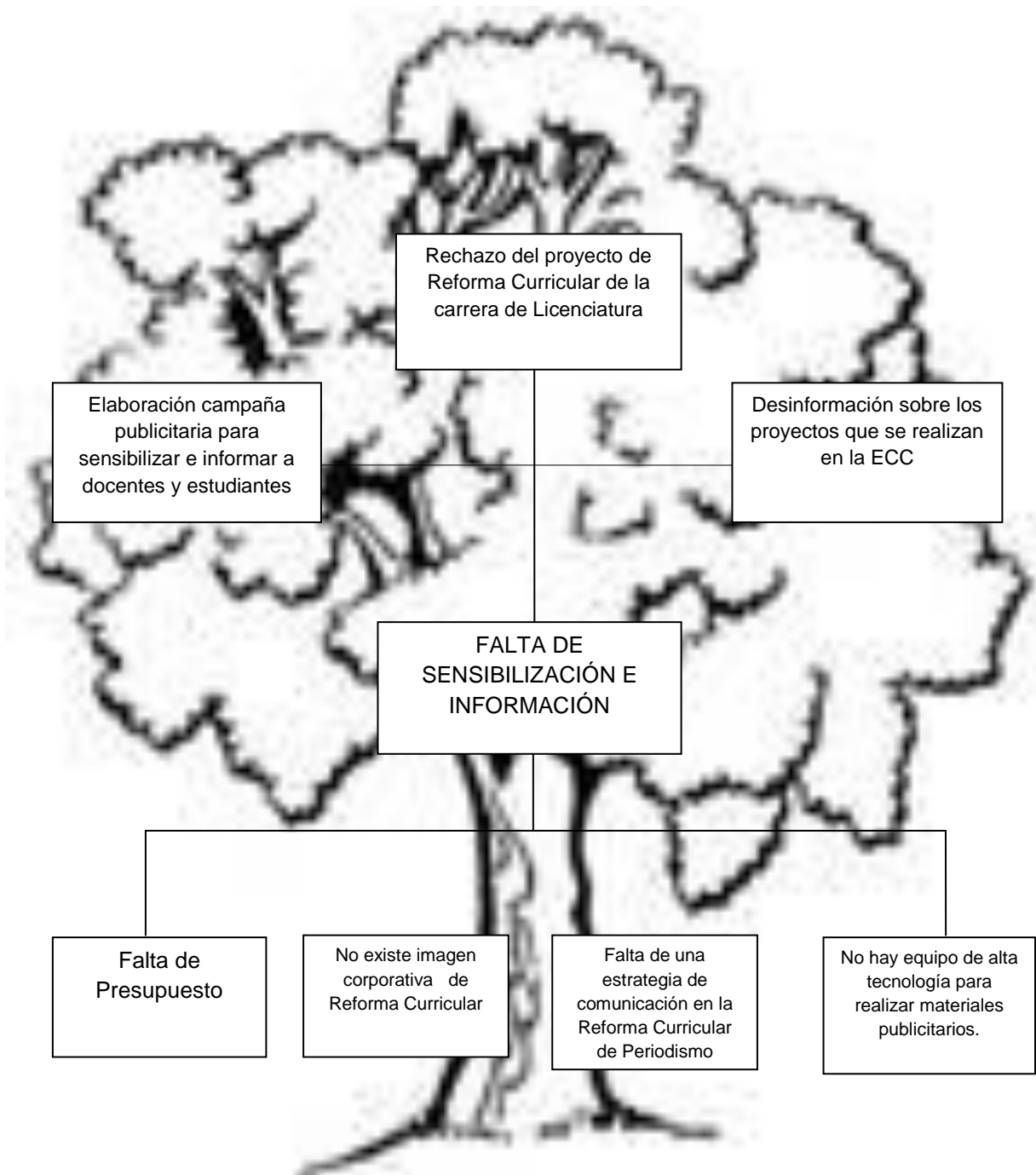
Yela, O. E. (12 de 03 de 2012). EPS Licenciatura. (E. d. León, Entrevista personal)

# 10 ANEXOS

## a) Organigrama de la Escuela de Ciencias de Comunicación

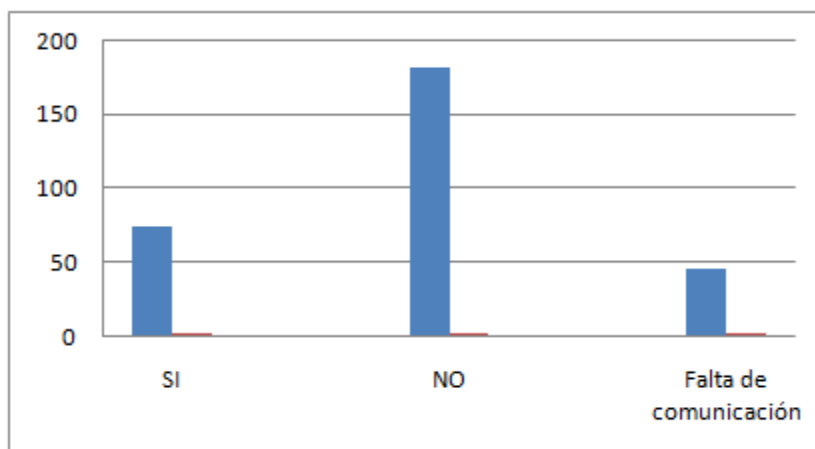


## b) Árbol del Problema

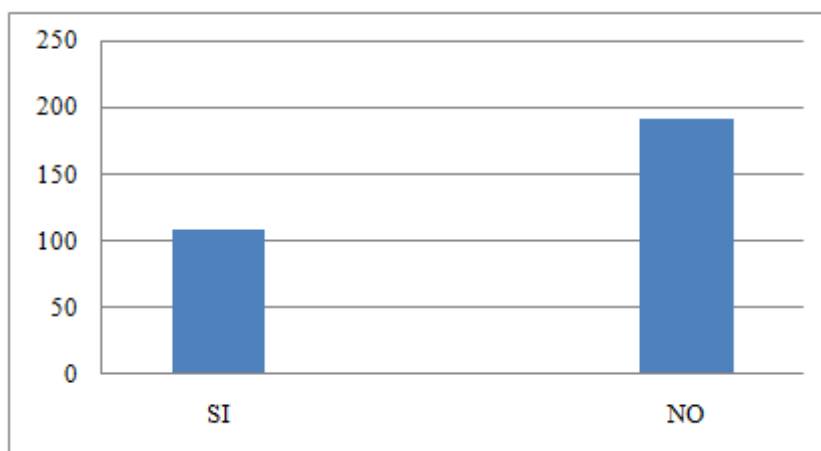


### c) Gráficas Estadísticas

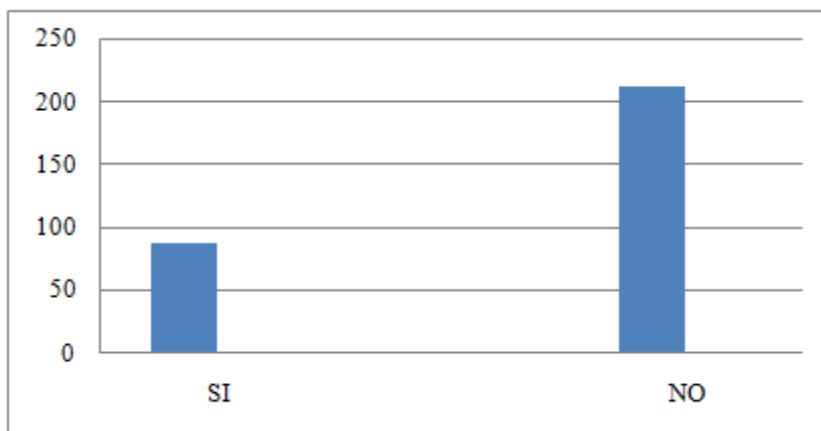
1. ¿Está bien organizada la Escuela de Ciencias de la Comunicación?



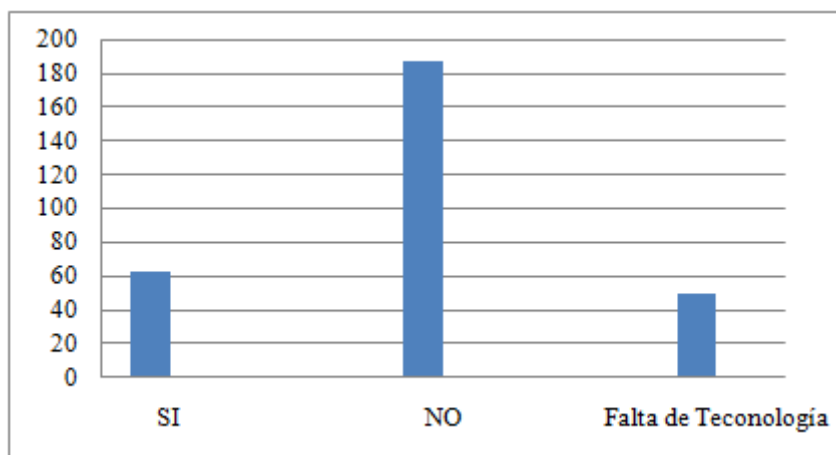
2. ¿Ha tenido acceso al reglamento de la ECC?



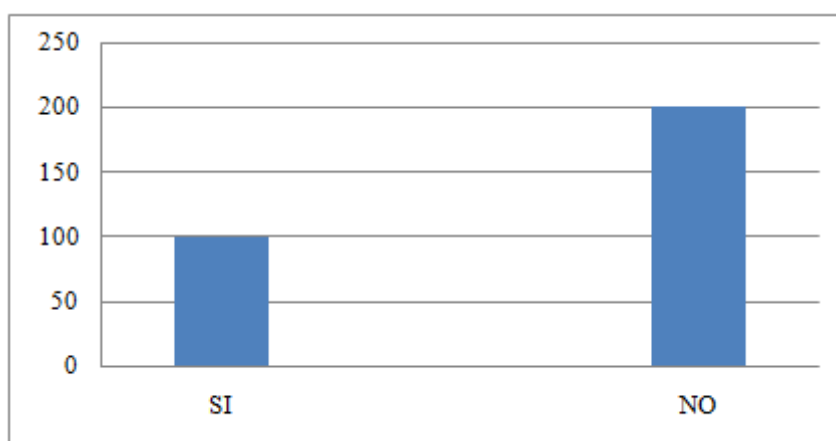
3. ¿Conoce sus derechos y obligaciones como estudiante de la ECC?



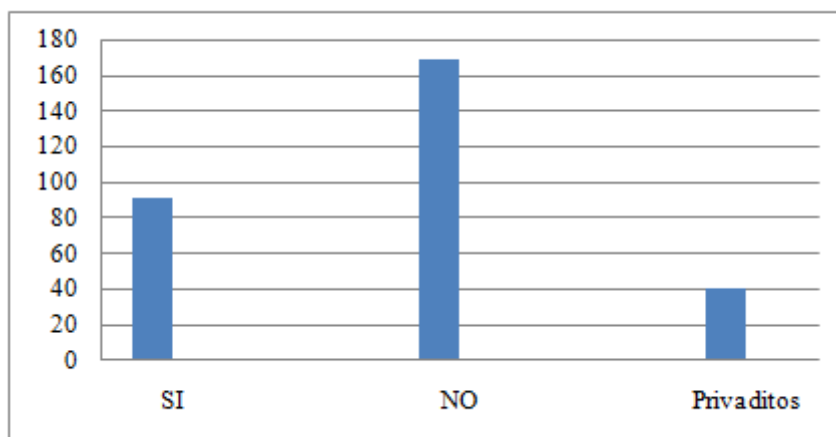
4. ¿La ECC ofrece las condiciones necesarias para asegurar el progreso y el desarrollo académico de los estudiantes?



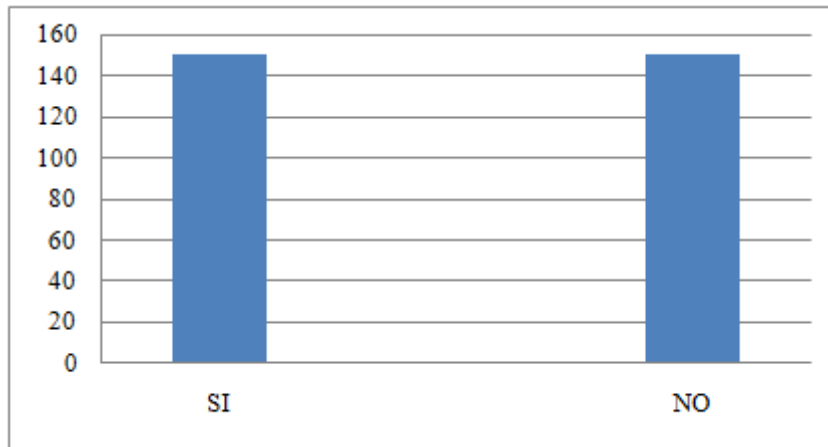
5. ¿Conoce el actual Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?



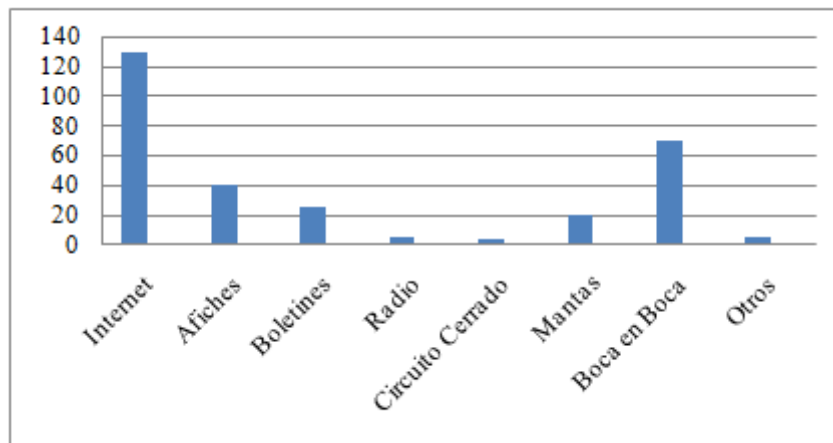
6. ¿Sabe sobre algún proyecto que haya iniciado la ECC en su beneficio?



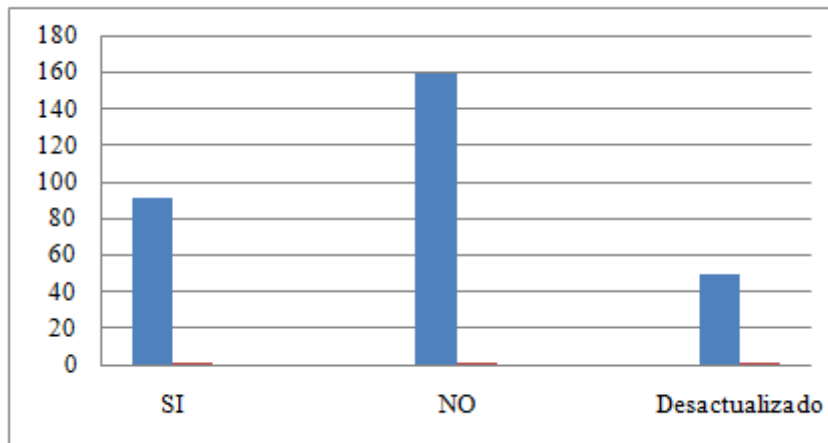
7. ¿Conoces los laboratorios de la ECC?



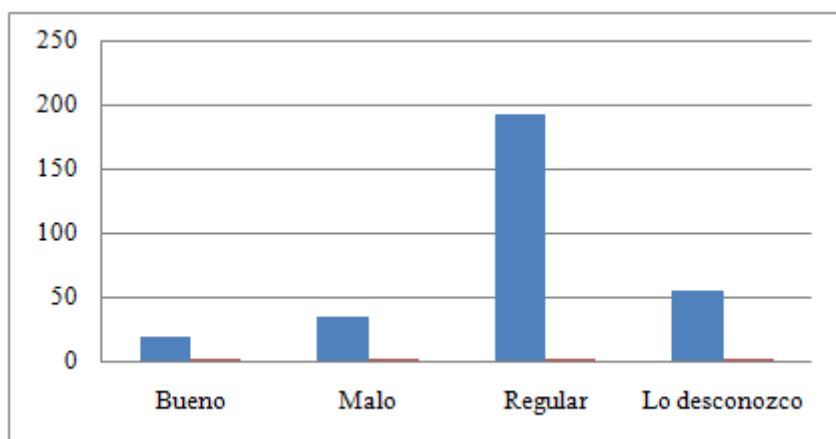
8. ¿Marque los medios por los cuales se informa de los asuntos de la ECC?



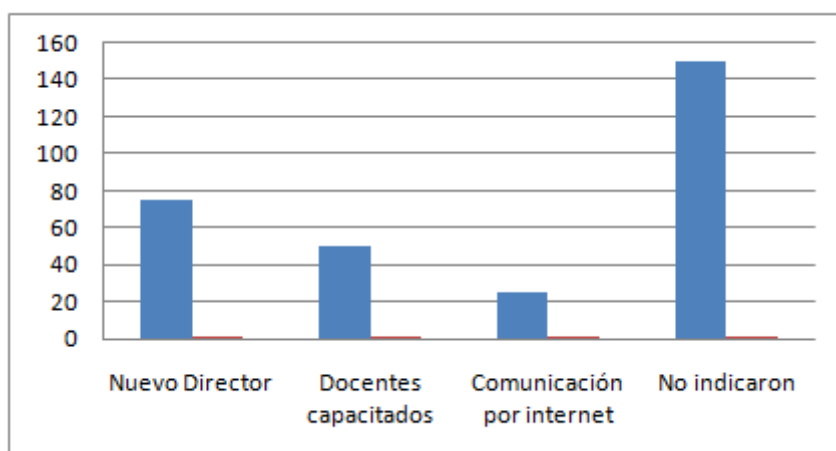
9. ¿Está acorde a sus expectativas el pensum de estudio de la ECC?



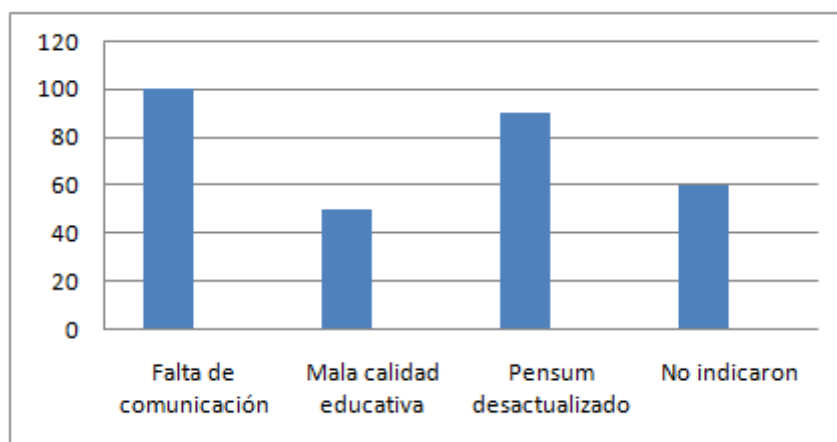
10. ¿Cómo califica el perfil de ingreso y egreso de los estudiantes de la ECC?



11. Mencione tres fortalezas que has observado de la ECC



12. Mencione tres debilidades que has observado de la ECC



d) Cronograma de actividades de acuerdo a la estrategia

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN "PROYECTO REFORMA CURRICULAR DE LA CARRERA DE LICENCIATURA" |   |               |               |        |           |           |           |            |           |           |           |             |
|--|---|---------------|---------------|--------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| No.  | PRODUCTO  | JULIO         |               | AGOSTO |           |           |           | SEPTIEMBRE |           |           |           | OCTU<br>BRE |
|  |   | 16<br>-<br>20 | 23<br>-<br>27 | 01-10  | 13-<br>17 | 20-<br>24 | 27-<br>31 | 03-<br>07  | 10-<br>14 | 17-<br>21 | 24-<br>28 | 01-06       |
| 1  | <b>CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN - INFORMACIÓN</b>                           |               |               |        |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.1 Elaboración de diseño para afiches y carteleras                       | 1.1           |               |        |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.2 Entrega de primera propuesta de diseño de afiches y carteleras        |               |               | 1.2    |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.3 Impresión de afiches y carteleras                                     |               |               | 1.3    |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.4 Los afiches se colocarán en las aulas de Licenciatura.                |               |               | 1.4    |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.4.1 Colocar afiches en las carteleras de ECC y entregar volantes        |               |               | 1.4.1  |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.4.2 Los afiches se subirán a las paginas de Internet Facebook y Twitter |               |               | 1.4.2  |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.4.3 Los afiches se subirán a las paginas de Internet Blog, Web ECC      |               |               | 1.4.3  |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.5 Elaboración de guión radiofónico (Spot)                               |               |               |        | 1.5       |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.6 Edición de guión radiofónico Spot                                     |               |               |        |           | 1.6       |           |            |           |           |           |             |
|  | 1.7 Entrega de guión radiofónico (spot)                                   |               |               |        |           |           | 1.7       |            |           |           |           |             |
| 1.8 Elaboración y entrega de video documental  |   |               |               |        |           |           | 1.8       |            |           |           |           |             |
| 2  | <b>EVENTOS</b>  |               |               |        |           |           |           |            |           |           |           |             |
|  | 2.1 Planificación para realización de actividad estudiantil               |               |               |        |           |           |           | 2.1        |           |           |           |             |
|  | 2.2 Planificación para realización de actividad docente                   |               |               |        |           |           |           |            | 2.2       |           |           |             |
|  | 2.3 Actividad docente   |               |               |        |           |           |           |            |           | 2.3       |           |             |
|  | 2.4 Actividad estudiantil   |               |               |        |           |           |           |            |           |           |           | 2.4         |
|  | 2.5 Pasos de aula   |               |               |        |           |           |           |            |           |           |           |             |

## e) Fotografías

### Encuesta a Estudiantes



Estudiantes Séptimo Semestre  
Jornada Nocturna



Estudiantes Noveno Semestre Jornada  
Nocturna



Estudiantes Noveno Semestre Jornada  
Vespertina



Estudiante Séptimo Semestre -PAD-



Encuesta a Estudiantes Noveno  
Semestre -PAD-

### Entrevista a Docentes



Entrevista a Licda. Ana Elisa Gudiel -PAD-



Entrevista a M. A. René Paniagua

### Grupos de Opinión



Estudiantes de Séptimo Semestre Jornada  
Nocturna



Estudiantes de Noveno Semestre -PAD-



Entrega de camisas al consejo Directivo de la Escuela



Lic. José María Torres y epesista Evelyn de León, realizando grabación de spot radial.



Epesista Cando Bautista, Lic. Elio Quim y Evelyn de León en el Estudio de grabación de radio.



Epesista de Licenciatura Candido Bautista, Epesista de Locución Karenina Contreras y Evelyn de León en el Estudio de grabación de radio.



Epesista Evelyn de León en el Estudio de grabación de televisión.



Epesista de diseño gráfico Ana Gómez, epesista Evelyn de León y MSc Sergio Morataya

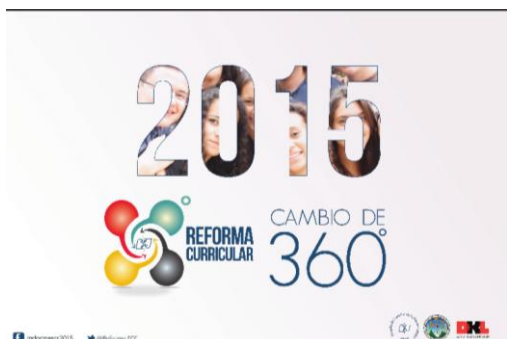
**f) Cronograma de actividades de EPS**

| <b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE EPS</b> |   |              |              |             |              |              |               |                   |                |
|---|---|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|-------------------|----------------|
| <b>ACTIVIDAD</b>                        | <b>DESCRIPCIÓN</b>  | <b>MARZO</b> | <b>ABRIL</b> | <b>MAYO</b> | <b>JUNIO</b> | <b>JULIO</b> | <b>AGOSTO</b> | <b>SEPTIEMBRE</b> | <b>OCTUBRE</b> |
| <b>Fase No. 1</b>                       | <b>Diagnóstico</b>  |              |              |             |              |              |               |                   |                |
|   | Para ello se recopiló información de la institución, se realizaron los objetivos, se definió el grupo objetivo, se hicieron entrevistas, grupos focales y cuestionarios a raíz de ello se detecto el problema comunicacional. |              |              |             |              |              |               |                   |                |
| <b>Fase No. 2</b>                       | <b>Estrategia</b>   |              |              |             |              |              |               |                   |                |
|   | Elaboración de objetivos, financiamiento, presupuesto, beneficiarios,   |              |              |             |              |              |               |                   |                |
|   | Redacción de los recursos humanos, áreas geográfica de acción y cuadro operativo de la estrategia   |              |              |             |              |              |               |                   |                |
|   | Elaboración de diseños para mantas, afiches, volantes, trifoliales, carteleras y materiales promocionales.  |              |              |             |              |              |               |                   |                |

|                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|                   | Grabación y edición de Spot de radio y video documental. Planificación de actividad docente y estudiantil  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Fase No. 3</b> | <b>Ejecución de la estrategia</b>  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|                   | Realización de actividad docente y estudiantil. Impresión de materiales publicitarios. Elaboración de productos promocionales. Colocación de materiales publicitarios en los medios de comunicación de la Escuela. |  |  |  |  |  |  |  |  |

## g) Ejemplos de materiales ejecutados en el proyecto

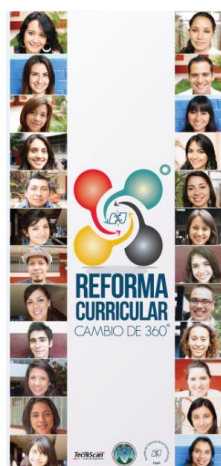
### g.1 Mantas



### g.2 Afiches



### g.3 Carteleras



## g.4 Trifoliales



## g.5 Volantes



## g.6 Spots radiofónicos

**RADIO COMUNICACIÓN**  
**LOCUTOR JOSÉ MARÍA TORRES**  
**REDACTOR EVELYN DE LEON Y CANDIDO BAUTISTA**  
**GRABACIÓN Y EDICIÓN ELIO QUIM Y JONATHAN MEJÍA**

**CONTROL**

**LOCUTOR**

Leíste aproximadamente 500 libros, te hiciste más o menos 156 exámenes, más investigaciones, proyectos y muchos trabajos grupales. Puede ser que tengas 20 recuperaciones de cursos por lo menos te esperan 5 escuelas de vacaciones.

**CONTROL**

**LOCUTOR**

Para ser Licenciado tendrás que pasar 880 días, 10 semestres y 5 años en la ECC, durante los cuales recibirás 52 cursos de las áreas técnicas, comunicación, filosófica-literaria y socioeconómica.

**CONTROL**

**LOCUTOR**

Y aun así piensas que no has adquirido los conocimientos suficientes para ser un profesional egresado de éxito.

**CONTROL**

**LOCUTOR**

Participa en la Reforma Curricular 2015, un cambio de 360 grados.

**RADIO COMUNICACIÓN**  
**LOCUTOR KARENINA CONTRERAS**  
**REDACTOR EVELYN DE LEON Y CANDIDO BAUTISTA**  
**GRABACIÓN Y EDICIÓN ELIO QUIM Y JONATHAN MEJÍA**

**CONTROL**  
**LOCUTOR**

Desde 1978 a la fecha han pasado 36 años y la Escuela no ha tenido un cambio significativo.

**CONTROL**  
**LOCUTOR**

El 2015 viene con la oportunidad de mejorar tu educación participando tu opinión para actualizar los cursos, para crear contenidos acorde a tus necesidades usando tecnología, modificando instalaciones y mejorando la calidad docente.

**CONTROL**  
**LOCUTOR**

Participa en la Reforma Curricular 2015, un cambio de 360 grados.

**RADIO COMUNICACIÓN**  
**LOCUTOR EVA MARIA ARAGÓN**  
**REDACTOR EVELYN DE LEON Y CANDIDO BAUTISTA**  
**GRABACIÓN Y EDICIÓN ELIO QUIM Y JONATHAN MEJÍA**

**CONTROL**

Si quieres que te dejen de contar historias y la gente de afuera te diga que tú nunca sabrás como ser un buen comunicador.

**CONTROL**  
**LOCUTOR**

Se parte de la generación del cambio de 360 grados participando proponiendo cursos acordes a la realidad nacional, soluciones al acceso de tecnología, tenemos que ser estudiantes y docentes con nuevos conocimientos.

**CONTROL**  
**LOCUTOR**

Participa en la Reforma Curricular 2015, un cambio de 360 grados Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**RADIO COMUNICACIÓN**

**LOCUTOR JAVIER ERNESTO PICOT**

**REDACTOR EVELYN DE LEON Y CANDIDO BAUTISTA**

**GRABACIÓN Y EDICIÓN ELIO QUIM Y JONATHAN MEJÍA**

CONTROL  
LOCUTOR

A raíz de la Reforma Curricular de periodismo del año 2010 te han surgido muchas preguntas

CONTROL  
LOCUTOR

¿Qué cursos fueron modificados?

¿Cuáles cursos han cambiado?

¿Cuáles cursos debo asignarme?

CONTROL  
LOCUTOR

Para estar informado de la Reforma Curricular participa de un cambio en el año 2015, un cambio de 360 grados. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**RADIO COMUNICACIÓN**

**LOCUTOR ALEJANDRA ACEVEDO**

**REDACTOR EVELYN DE LEON Y CANDIDO BAUTISTA**

**GRABACIÓN Y EDICIÓN ELIO QUIM Y JONATHAN MEJÍA**

CONTROL  
LOCUTOR

Estas aburrido de recibir tanta teoría en los cursos, leer muchos libros, realizar infinidad de trabajos grupales, y efectuar los mismos exámenes.

CONTROL  
LOCUTOR

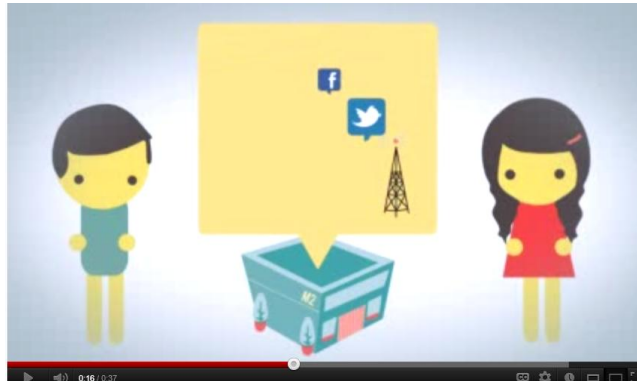
Tu quisieras que fuera más práctico y a la vanguardia de la LOCUTOR tecnología,

Para mejorar tu calidad educativa y ser un profesional de éxito,  
Pero no sabes cómo lograrlo

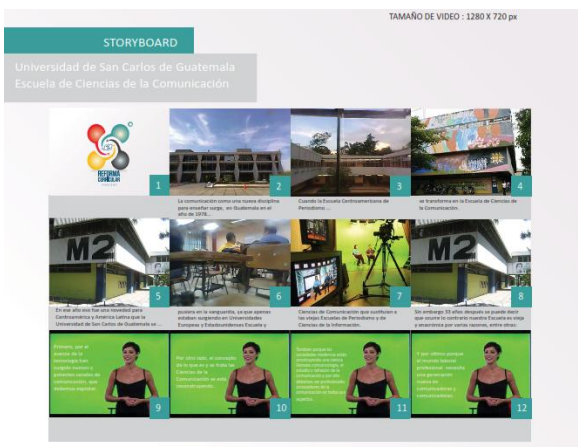
CONTROL  
LOCUTOR

Ahora tenemos la solución,  
Participa en la Reforma Curricular 2015, un cambio de 360 grados.  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

## g.7 Videos animados

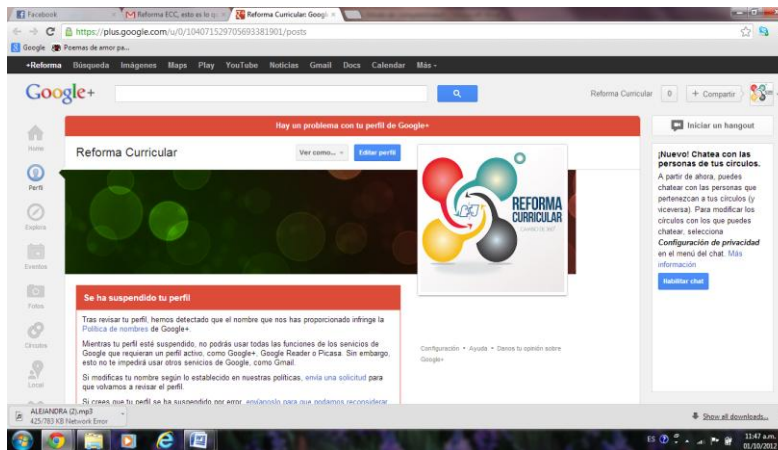


## g.8 Video documental

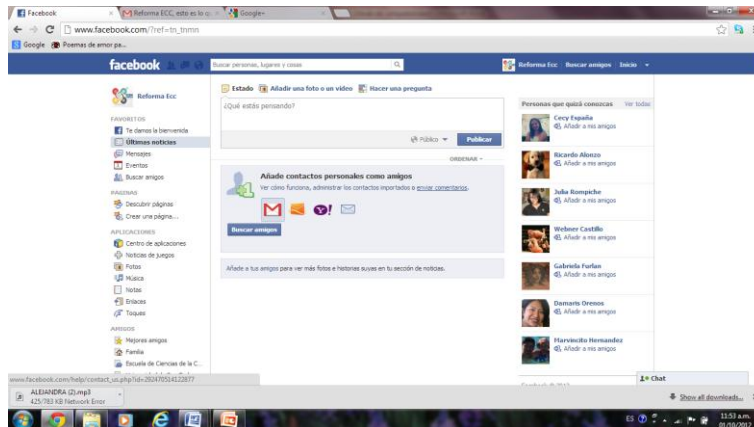


## g.9 Medios electrónicos

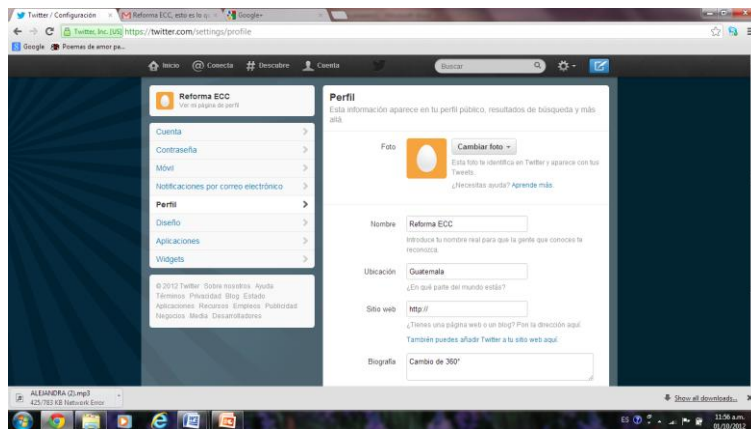
### Correo electrónico



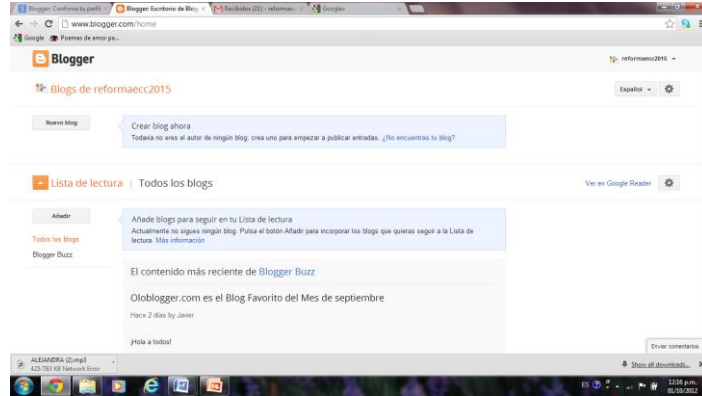
### Facebook



### Twitter



## Blogspot



## g.10 Camisas tipo polo



## g.11 Lapiceros



## g.12 Playeras



### g.13 Actividad docente Edificio M2 día 02/10/2012



Lic. Nery Bach, Lic. Walter Contreras, Lic. Luis Pedroza, Lic. Ismael Avendaño, Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en sala de docentes



Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en sala de docentes, participando en actividad docente de la Reforma Curricular.



Personal Administrativo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en actividad de la Reforma Curricular.



Docentes, Epesista Evelyn de León y Personal Administrativo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en actividad de la Reforma Curricular.



Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, exponiendo sobre la Reforma Curricular.



Epesista Cándido Bautista, Lic. Luis Pedroza, Lic. Julio Moreno y Epesista Evelyn de León en actividad docente del proyecto de Reforma Curricular.

**g.14 Actividad estudiantil Edificio M2 día 04/10/2012**



Evelyn de León  
Epesista de Licenciatura  
Efectuando entrega de trifoliales



Evelyn de León  
Epesista de Licenciatura  
Dando palabras de agradecimiento



Evelyn de León  
Epesista de Licenciatura  
Informado sobre la Reforma Curricular



Evelyn de León  
Epesista de Licenciatura  
Mostrando diseños de carteleras



Lic. Julio Moreno  
Director de la ECC



Licda. Claudia Molina, E  
estudiante Alan López y Lic. Carlos Melgar  
Secretaria de la ECC

**Actividad estudiantil Edificio Bienestar Estudiantil día 06/10/2012**



Estudiantes de Plan de Autoformación a Distancia -PAD-



Cantante Lucy de Sam



Msc Sergio Morataya  
Coordinador Académico



Evelyn de León  
Ebesista



Licda. Amanda Ballina  
Coordinadora -PAD-



Docentes -PAD-

## g.15 Pasos de Aula



Lic. Julio Moreno y Estudiantes Segundo semestre  
jornada vespertina



Lic. Julio Moreno Epesista Evelyn de León y  
Estudiantes cuarto semestre, jornada vespertina



Estudiantes octavo semestre jornada vespertina



Lic. Julio Moreno y Estudiantes del octavo  
semestre, jornada nocturna



Lic. Julio Moreno, epesista Evelyn de León y  
Estudiantes decimo semestre jornada Nocturna



Estudiantes decimo semestre jornada nocturna

## h) Cuestionario de encuestas realizadas al grupo objetivo



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

SEXO  EDAD  JORNADA: PAD  NOCTURNA  SEMESTRE

- Instrucciones: conteste en forma clara, la encuesta es para fines educativos. Si su respuesta es no justifique por favor.

1. ¿Está bien organizada la Escuela de Ciencias de la Comunicación?  
SI  NO  ¿Por qué? \_\_\_\_\_
2. ¿Ha tenido acceso al reglamento de la ECC?  
SI  NO
3. ¿Conoce sus derechos y obligaciones como estudiante de la ECC?  
SI  NO
4. ¿La ECC ofrece las condiciones necesarias para asegurar el progreso y el desarrollo académico de los estudiantes?  
SI  NO  ¿Por qué? \_\_\_\_\_
5. ¿Conoce al actual Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?  
SI  NO
6. ¿Sabe sobre algún proyecto que haya iniciado la ECC en su beneficio?  
SI  NO  ¿Cual? \_\_\_\_\_
7. ¿Conoces los laboratorios de la ECC?  
SI  NO
8. ¿Marque los medios por los cuales se informa de los asuntos de la ECC?  
INTERNET  AFICHES  BOLETINES  RADIO   
CIRCUITOCERRADO  MANTAS  DE BOCA EN BOCA  OTROS
9. ¿Está acorde a sus expectativas el pensum de estudio de la ECC?  
SI  NO  ¿Por qué? \_\_\_\_\_
10. ¿Cómo califica el perfil de ingreso y egreso de los estudiantes de la ECC?  
BUENO  MALO  REGULAR  LO DESCONOZCO
11. Mencione tres fortalezas que has observado de la ECC.  
\_\_\_\_\_
12. Mencione tres debilidades que has observado de la ECC.  
\_\_\_\_\_