


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

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure holding a cross, surrounded by various heraldic symbols. The shield is set against a background of a globe. The Latin motto "CÆTERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACCADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

“Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus expectativas laborales”

LESLIE FABIOLA HERNÁNDEZ PINEDA

Guatemala, Septiembre de 2012

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

“Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus expectativas laborales”

Trabajo de tesis presentado por

LESLIE FABIOLA HERNÁNDEZ PINEDA

Previo a optar el título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora de Tesis
Licda. Ruth Betsabé Ovando Hernández

Guatemala, Septiembre de 2012

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

DIRECTOR

Lic. Julio Estuardo Moreno Chilín

Consejo Directivo

REPRESENTANTES DOCENTES

Lic. Víctor Carillas
M.A. Amanda Ballina

REPRESENTANTES DE EGRESADOS

Lic. Johny Michel González

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Jonathan Girón
Aníbal De León

SECRETARIO

M.A. Claudia Molina

TRIBUNAL EXAMINADOR

Licda. Ruth Betsabé Ovando Hernández – Presidenta
M.A. César Urizar – Revisor
M.Sc. Miguel Ángel Juárez – Revisor
Dra. Lesvia Morales – Examinadora
M.A. Amanda Ballina – Examinadora
M.A. María del Rosario Estrada – Suplente



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

432-11

Guatemala, 21 de octubre de 2011
Dictamen aprobación 154-11
Comisión de Tesis

Estudiante
Leslie Fabiola Hernández Pineda
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Hernández:**

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.4 del punto 1 del acta 15-2011 de sesión celebrada el 14 de septiembre de 2011 que literalmente dice:

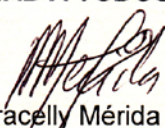
1.4 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Leslie Fabiola Hernández Pineda, carné 200417050, el proyecto de tesis: PERFIL DE EGRESO DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y SUS EXPECTATIVAS LABORALES. B) Nombrar como asesor(a) a: Ruth Betsabé Ovando.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.

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



135-12

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

Guatemala, 16 de abril de 2012
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 11-2012

Estudiante
Leslie Fabiola Hernández Pineda
Carné **200417050**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Hernández**:

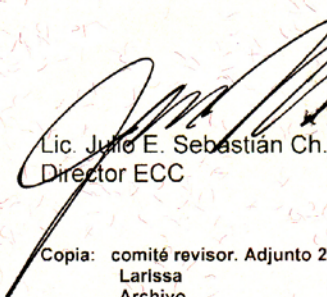
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: **PERFIL DE EGRESO DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y SUS EXPECTATIVAS LABORALES.**

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:


Licda. Ruth Betsabé Ovando, presidente(a).
M.Sc. Miguel Ángel Juárez, revisor(a)
M.A. César Urizar, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastian Ch.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.
Larissa
Archivo.
AM/JEMCH/Eunice S.

Por una Escuela con luz propia



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora
Guatemala, 15 de mayo de 2012**

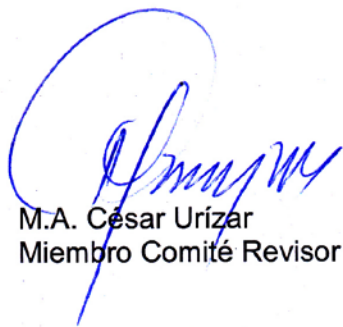
M.A.
Aracelly Mérida,
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida

Atentamente informamos a ustedes que la estudiante LESLIE FABIOLA HERNANDEZ PINEDA Carné 2004-17050, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: "Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus expectativas laborales"

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.


"ID Y ENSEÑAD ATODOS"



M.A. César Urizar
Miembro Comité Revisor



M.Sc. Miguel Ángel Juárez
Miembro Comité Revisor



Licda. Ruth Betsabé Ovando Hernández
Presidente Comité Revisor



315-12

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 22 de mayo de 2012
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 64-2012

Estudiante
Leslie Fabiola Hernández Pineda
Carné **200417050**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Hernández**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: PERFIL DE EGRESO DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y SUS EXPECTATIVAS LABORALES, siendo ellos:

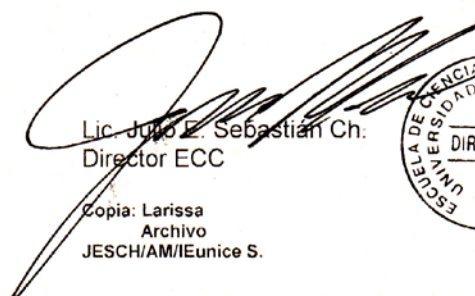
Licda. Ruth Betsabé Ovando Hernández, presidente(a)
M.A. César Urizar, revisor(a).
M.Sc. Miguel Ángel Juárez, revisor(a)
Dra. Lesvia Morales, examinador(a).
M.A. Amanda Ballina, examinador(a).
M.A. María del Rosario Estrada, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC

Copia: Larissa
Archivo
JESCH/AM/IEunice S.




M.A. Araceli Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



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



451-12

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de agosto de 2012

Orden de Impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 66-2012

Estudiante

Leslie Fabiola Hernández Pineda

Carné **200417050**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Hernández:**

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **PERFIL DE EGRESO DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y SUS EXPECTATIVAS LABORALES**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. **Julio E. Sebastián Ch.**
Director ECC

Copia: archivo
AM/JESCH/Eunice S.



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



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

AGRADECIMIENTOS

A DIOS: por concederme todas las peticiones de mi corazón así como proveerme de sabiduría e inteligencia para culminar dicho proyecto.

A MIS PADRES: (Noé Hernández , Ana Cristina Pineda de Hernández) Por su amor, esfuerzo, comprensión ,oraciones y apoyo recibido durante todos mis estudios realizados, este triunfo se los dedico a ustedes, que son mi motivo para seguir adelante y esforzarme cada día mas.

A MI AMOR INSISTENTE: Miguel Curin Gracias por presionarme, tus exigencias hicieron que pusiera mucho empeño, y tu amor me dio fuerzas para culminarlo. Gracias por acompañarme en esta etapa de mi vida y estar allí en todo momento, espero cumplas lo que me prometiste ya soy una profesional; te amo.

A MIS HERMANAS: Claudia, Vivian, Carol sus ánimos me ayudaron a llegar triunfante a esta meta, son las mejores amigas que Dios pudo colocar junto a mi, gracias por cada momento de alegrías y muchas risas que hemos vivido juntas, las quiero mucho!!

A MI HERMANO MAYOR (MI CUÑADO): Ronald Morales gracias por tus consejos y apoyo.

A MIS SOBRINOS: Christian y Melissa, con amor y que este triunfo sea un ejemplo a seguir, y los motive para alcanzar las metas que se tracen en la vida.

A MIS ABUELAS, Mamatana y Mamayita las quiero mucho.

A MIS TIOS Y PRIMOS: Con respeto y Cariño

A MIS AMIGOS: Wicho, Majo, Sabu, Sofi. Quienes también trazaron una meta junto conmigo para alcanzar el éxito.

A MI AMIGA: Karen Cabrera, por ayudarme con mis preparativos y escuchar mis locuras.

A MI ASESORA Licda Betsy Ovando, gracias por tu tiempo, y por guiarme en este camino y compartir tus conocimientos desinteresadamente.

A LA MASTER Aracelly Merida por brindarme su ayuda incondicional

A LA DOCTORA Lesvia Morales, por su asesoría y consejos idóneos para culminar esta investigación.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarme la oportunidad de convertirme en profesional.

Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable del contenido de este trabajo.

INDICE

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo I: Marco Conceptual	
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del Problema	4
1.3. Justificación.	4
1.4. Alcances y límites.	5
Capítulo II: Marco Teórico	
2.1. Comunicación Social	7
2.2. Los Diferentes Perfiles	8
2.3. Habilidades del Comunicador Social	12
2.4. Destrezas del Comunicador Social	16
2.5. Conocimientos del Comunicador Social	19
2.6. Roles del Comunicador Social	21
2.7. Inserción Laboral	23
Capítulo III: Marco Metodológico	
3.1. Método de investigación.	32
3.2. Objetivos.	32
3.3. Técnicas	32
3.4. Instrumentos	32
3.5. Población	33
3.6. Muestra	33
3.7. Análisis estadístico	34
Capítulo IV: Análisis de Resultados	
4.1 Descripción, análisis e interpretación de resultados	35
4.1.1 Gráficas de encuestas realizadas a egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	35
4.1.2 Gráficas de encuestas realizadas a Empleadores de Comunicadores Sociales	55
4.2 Entrevista al Licenciado César Urizar	76
Capítulo V: Propuesta	
5.1 Propuesta del Perfil de Egreso sugerido a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala	77

Conclusiones	78
Recomendaciones	79
Bibliografía	80
E-grafías	85
Entrevista	86
Anexos	
I Cuestionario de Entrevista	87
II Encuesta a Empleadores	88
III Encuesta a Egresados	92
IV Pensum de Estudios de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 2012	96
V Descripción de Cursos por Semestre, según Catálogo de Estudios vigente	97

RESUMEN

- Título:** “Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus expectativas laborales.”
- Autor:** Leslie Fabiola Hernández Pineda
- Universidad:** San Carlos de Guatemala
- Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Planteamiento del Problema:** ¿Cuál es el perfil que posee el Comunicador Social al momento de ser egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para su inserción al campo laboral?
- Instrumentos:** Fichas bibliográficas y Cuestionarios para encuestas y entrevista.
- Procedimiento para la obtención de datos:** Se utilizó el método descriptivo, que comprende la descripción, análisis e interpretación de los datos que se obtuvieron por medio de las encuestas y entrevistas realizadas; tanto a egresados como a los empresarios empleadores de diferentes entidades donde laboran en la actualidad los egresados de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y conocer por medio de ellas su opinión al respecto del perfil adecuado para el Comunicador Social.
- Resultados obtenidos y conclusiones:** Se determinó el perfil de egreso del Licenciado en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tomando en cuenta la opinión de egresados de la Escuela de C.C , así como de empleadores en Comunicación, los cuales responden a la demanda actual que existe en nuestro país, evidenciando que si existe un campo laboral luego de egresar de la Universidad, con varios cargos o puestos existentes dentro de las empresas de Comunicación, a los cuales pueden optar los egresados. Además se estableció según criterio de egresados los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para hacer la inserción al campo laboral.

INTRODUCCIÓN

La Comunicación es tan antigua como el hombre mismo, todos los días los comunicadores ejercen un papel dentro de la sociedad, consciente o inconscientemente.

La presente investigación aborda el tema: “Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus expectativas laborales”. Dicho tema, nace de las necesidades que vive y tiene el Comunicador Social, y de lo que demandan los empleadores en la actualidad.

El estudio se encuentra conformado, por el Marco Conceptual, en el que se explica lo relacionado con : antecedentes, alcances y límites del problema, seguido de un Marco Teórico , donde se presentan los conceptos y teorías relacionadas con el tema, dichos conceptos sirven para dar veracidad y respaldo científico al estudio. Se describe como se forma el perfil de un comunicador, que debe de incluir, describiendo las habilidades, destrezas y conocimientos para el Egresado.

En el Marco Metodológico se indican métodos y procedimientos que se utilizaron a lo largo del trabajo de campo (técnicas e instrumentos), donde se especifica el tipo de investigación que se utilizó además de indicar objetivos y variables del estudio.

En el capítulo cuatro, se presenta una descripción de los resultados de la investigación, y por último se incluyen las conclusiones y recomendaciones, las referencias bibliográficas citadas, y los anexos.

La finalidad, es presentar una propuesta del perfil del Comunicador Social, para que el egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación sea consciente de las demandas y posea las herramientas necesarias para desarrollarse en ellas, de acuerdo a las necesidades que exige el campo laboral en la actualidad, acoplándose y adaptándose a ellas sin ningún inconveniente.

CAPITULO I MARCO CONCEPTUAL

1.1 Antecedentes:

Todo Comunicador Social debe saber que su objetivo primordial es informar, dar a conocer el mensaje y estar al tanto de lo que acontece a su alrededor, pero ¿de qué forma? Esa es la pregunta que se debe responder a sí mismo. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se han investigado y elaborado trabajos de tesis que tratan sobre los retos del comunicador social, el plan de estudios de las diversas carreras Técnicas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, como lo es Periodismo, Locución y Publicidad y de los perfiles profesionales de los mismos.

A continuación se presenta un breve resumen de documentos, que tienen relación con el tema central de esta investigación.

Todo comenzó con la Creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, donde se produjo la separación de la Facultad de Humanidades y el 26 de noviembre de 1975, el Consejo Superior Universitario acordó la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para la carrera de cinco años, conforme las leyes universitarias. Con los objetivos de: <http://comunicacion.usac.edu.gt>

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

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.

Ana Ligia Segura, en el año de 1995 en su estudio “Expectativas Laborales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las diferentes universidades del país”, concluye que hay oportunidades de trabajar en oficinas de Relaciones Públicas o Medios de Comunicación Social, así mismo ocupar puestos como directores o jefes de esta misma área.

Posteriormente, Thelma Azucena Hernández Catalán en 1996 define “Los perfiles de Estudiantes de la diversas Facultades de la Universidad de San Carlos” proporcionando a los estudiantes un beneficio utilizable en el proceso de enseñanza aprendizaje. Señala las habilidades Generales y Específicas que deben tener los estudiantes de primer Ingreso: Habilidad Verbal, Habilidad Numérica, Habilidad Abstracta, Factores Culturales, Exactitud Académica. En la facultades de Odontología, Ciencias Médicas, Arquitectura, Ingeniería, Ciencias Económica, Ciencias de la Comunicación entre otras.

Durante el año 1997, no se realizaron trabajos de investigación relacionados con el tema en mención. Pero, en 1998 Lucy Pellecer Barraza concluye en su tema “Propuesta del Perfil Profesional del Comunicador Organizacional externo para el Sector Público”, que no existe un perfil definido del comunicador organizacional, y realiza una propuesta del mismo.

Fue en 1999 con el estudio de Soraida Lorena Guzmán “ El perfil del publicista profesional que egresa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus posibilidades de desempeño en una agencia de publicidad en Guatemala” que se determina que hay dos perfiles de publicistas El trabajador estudiantes que trabaja en agencias y el trabajador estudiante que no trabaja en agencia de publicidad, y recomienda que se actualice el pensum de estudios vigente y se implementen cursos prácticos.

En el año 2000 no se encontró registro alguno de un estudio similar dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, hasta en el año 2001, Glenda Odette Barillas con su estudio “El perfil del Periodista Profesional en los medios de Comunicación escritos” concluye las principales funciones que el periodista debe desempeñar, sus responsabilidades, características y cualidades y así presenta una propuesta del perfil del periodista profesional.

En la Escuela de Ciencias de la comunicación no se registra estudios relacionados con el tema durante el año 2002, fue hasta el año 2003 Pablo Alberto Pacheco, con su tesis “Los Retos del Comunicador ante La Globalización” identifica cuales deben de ser los principales retos para las y los comunicadores ante la Globalización, la preparación tecnológica, la

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

profesionalización y especialización, el desafío del lenguaje, la comprensión de sumisión como agente de cambio, el desafío ético, personal, social y el reto de la creatividad, deben tener para ser unos comunicadores preparados de acuerdo a las exigencias de los nuevos tiempos.

Ese mismo año, Rudy Armando Coxaj Lopez, realiza su tesis de estudio “Perfil del director de Radio en una corporación” en donde determina el perfil del director de radio en una Corporación, y sugiere el perfil del director de radio en este siglo.

Del año 2004 al 2005 no hubo registro alguno, fue hasta el año 2006 cuando Wendy Nohemí Gámez realiza “Estudio de demandas profesionales y mercado ocupacional de los egresados de publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala” donde concluye que la carrera técnica de Publicidad Profesional de la USAC no tiene un perfil definido y que la formación de los estudiantes no es coherente con las necesidades y exigencias del mercado laboral actual, según los empleadores y los egresados de la carrera.

En el 2007 Carlos Sabán realizó el estudio “El Rendimiento estudiantil de la escuela de vacaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el periodo 2000-2004” donde incluye el tema de la reestructuración curricular de la E.C.C, el estudio esta dirigido a conocer la principales características del estudiante que ingresa a la E.C.C. y que servirá de base para elaborar el perfil de ingreso a la ECC. USAC.

Durante el año 2008 que Fredy Hermogenes García realiza el estudio “Perfil ocupacional del locutor deportivo en las radios deportivas de la ciudad de Guatemala” dando a conocer la importancia de que se motive al estudiante a especializarse en áreas de deportes y reciba capacitaciones, y es importante que el empleador tenga en cuenta el perfil del comunicador deportivo para contratar al personal.

En el año 2009 cuando Marisol Torres García realiza “El Plan de estudios de la carrera de locutor profesional, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y su relación con las necesidades actuales de los estudiantes y egresados” donde determina que no son cubiertas las necesidades de los estudiantes y egresados por medio del plan de estudios de dicha carrera técnica. En lo que a cursos prácticos, tecnología y servicios se refiere. Indicando así que el plan y los programas de estudios de la carrera técnica de locutor profesional deben revisarse y actualizarse, tomando en cuenta el avance de la ciencia, la tecnología, las nuevas teorías y prácticas en el campo de locución.

1.2. Planteamiento del problema:

Un problema general en la formación de Comunicadores Sociales es el no tener definido un perfil que demanda la Escuela de Ciencias de la Comunicación de acuerdo a sus fines y filosofía, y la que demanda el empleador de acuerdo a sus intereses. El pensum de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación posee muchos cursos que aportan una gama de conocimientos teóricos pero falta una orientación hacia la práctica, y hacia las actividades que realmente se enfrentan al hacer su inserción al campo laboral. ¿Cuál es el perfil que debe poseer el egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para la inserción al campo laboral?

La falta de orientación con la que el estudiante culmina su carrera causa incertidumbre de no saber exactamente a que se enfrentará a la hora de posicionarse en el mercado laboral guatemalteco.

De 92 egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el año 2011, 31 graduados trabajan en Comunicación, varios logran desarrollarse en buenos puestos, porque si están enfocados en lo que quieren, reciben asesoría, o simplemente porque alguien que ya está posicionado lo puede recomendar.

¿Cuáles son las habilidades, destrezas y conocimientos de los egresados de la licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación? , ¿Cuáles son las expectativas laborales de los egresados de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?, todas estas incertidumbres despiertan el tema de esta investigación, es probable que el actual plan de estudios no está vinculado con la carreras que ofrece el mercado laboral, o que no se conocen las verdaderas necesidades de los empleadores, y por ende los egresados no sepan a qué pueden aplicar laboralmente para ejercer como comunicadores sociales.

1.3. Justificación:

Las Ciencias de la Comunicación, es una carrera que atraviesa en la actualidad por un auge cultural por lo que muchas personas toman la decisión de inscribirse para realizarse como comunicadores sociales, graduarse y trabajar en el medio, ejerciendo la carrera que tanta demanda tiene hoy en día; por lo que es de vital importancia contar un perfil de egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El ámbito laboral también demanda algún perfil del egresado de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

Existe algún prejuicio al pensar que el egresado no es competitivo y que debido al pensum obsoleto es que las entidades buscan a personal extranjero, para desarrollar los diversos puestos a los cuales los comunicadores sociales nacionales podrían optar para ocupar esos espacios laborales.

El aporte es que los estudiantes actuales se preparen y estén listos al momento de enfrentarse a su realidad laboral que es muy distinta a la teoría que se enseña a lo largo de la carrera, que sean más competentes y que estén actualizados con las necesidades reales y exigentes del campo laboral.

Por qué se realizó este estudio:

- a) Porque es necesario realizar revisiones constantes de los pensum de estudios de las carreras universitarias.
- b) Porque los pensum deben actualizarse para estar al día en las demandas sociales y tecnológicas que requieren de los servicios de los comunicadores sociales y demandan algunas características de los profesionales egresados de la universidades.
- c) Porque deben atenderse las demandas de las instituciones, empresas, organizaciones, etc.
- d) Porque la institución debe responder a la demanda de formación académica de calidad.

1.4. Alcances y límites del tema:

1.4.1. El alcance de esta investigación es para que los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación conozcan las necesidades y requerimientos del ámbito laboral actual.

1.4.2. Objeto de estudio:

El Perfil del Comunicador Social egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.4.3. Limitación geográfica:

Ciudad de Guatemala, Población y muestra de Egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.4.4. Limitación temporal:

El período para la realización de este estudio fue de Julio 2011 a Junio 2012.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

1.4.5. Limitación Institucional:

Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Diferentes empresas de Comunicación donde laboran los Egresados de la muestra tomada.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 COMUNICACIÓN SOCIAL

Para Carlos Interiano (2003), la comunicación es un fenómeno de interacción social. Que toda sociedad necesita para su desarrollo, en otras palabras es el oxígeno de la sociedad, es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico, y en todos los órdenes de la vida.

Por otro lado, Sergio Flores de Gortari y Emilio Orozco Gutiérrez (1979) dicen en su libro Hacia una comunicación Administrativa Integral, que comunicación es la puerta que nos permite el acceso al mundo de la cultura.

También cabe mencionar que comunicación es todo proceso en el que ocurre una transferencia de información, un intercambio de ideas, sentimientos, emociones entre un comunicador y un receptor. Es un acto de dar y recibir información.

La definición de Carlos Augusto Velásquez (2004) en su libro Comunicación, Semiología del mensaje Oculto, menciona que es algo tan común, tan cotidiano, que estamos todo el tiempo inmersos en ella y apenas nos percatamos. Toda nuestra vida social, todo nuestro desarrollo intelectual, depende y tiene su origen en los distintos procesos comunicativos.

El ser humano puede, por medio de la comunicación, trascender la naturaleza. Puede construir un universo propio, el universo simbólico, que le permite organizar su experiencia y transformar la realidad en que vive.

A este nivel, Jesús María Aguirre (1989, p. 6) define la comunicación como un hecho humano de dimensiones sociales. A través de ella se han tejido todas las relaciones humanas. Es imposible no comunicarse, ya que estamos continuamente comunicándonos. Tanto por lo que hacemos como por aquello que no hacemos; por lo que decimos y por aquello que dejamos de decir; por los mensajes que deliberadamente enviamos y por una multitud de signos no verbales, en su mayoría inconscientes.

Interiano (2003 p.63) "La comunicación Social como proceso de interacción humana, no puede ser concebida fuera de los naturales mecanismos de regulación y autorregulación grupal. La comunicación en sí misma, constituye una forma de regulación social por cuanto que es el instrumento que permite e impulsa el desarrollo en cualquiera de los ámbitos sociales. De ahí que no podría concebirse la existencia del género humano si no se pensara con relación a su dependencia de los instrumentos adecuados de la comunicación. Por ello se considera como fenómeno y proceso.

2.2 LOS DIFERENTES PERFILES

Según Floyd Ruch (1971), el establecimiento del perfil “permite representarse a un individuo con fundamento en sus diversas puntuaciones y establecer su tipo en función de la pauta de aptitudes y de rasgos de la personalidad a que se ajuste. Tal perfil muestra, con solo echarle una ojeada, los campos en que la persona está por encima o por debajo del promedio representado por un grupo de comparación. De esta manera le permite al psicólogo estudiar al individuo en comparación con otras personas en términos de sus capacidades y de sus insuficiencias relativas”:

Otro concepto del perfil profesional es el que indica que es una especificación de habilidades, rasgos y disposiciones que hacen los miembros de determinada profesión. Pedro D. Lafourcade (1983)

Es el conjunto de capacidades que un estudiante debe desarrollar para desempeñar determinados roles profesionales en una sociedad determinada. Suele redactarse en términos de objetivos, los cuales deben formularse con un criterio de continuidad, ya que el periodo de estudio para obtener un título termina, pero no así la formación profesional que debe ser permanente. Gamboa (1993)

Un perfil se puede definir como “el conjunto de características que describen a un individuo o a un grupo de ellos, estas características suelen ser: la personalidad, sexo, edad, nivel económico-social, o sus actitudes hacia ciertos problemas, entre otros”. Benito (1991, p205)

Según Guedez (1992 p.75) existen cuatro tipos de perfiles entre los cuales están: el de personalidad, el ocupacional, el prospectivo y el profesional, en este caso el que interesa analizar es el perfil profesional.

2.2.1 Perfil de Personalidad

Describe las características y los modos de comportarse de un individuo, como resultado de su proceso de formación e información, los cuales, en su conformación y organización, explican el desenvolvimiento del sujeto en su medio ambiente.

2.2.2 Perfil Ocupacional

Incluye las tareas que caracterizan las diferentes ocupaciones que requiere el mercado de trabajo y que conforman la profesión en el área respectiva. El perfil ocupacional orienta los conocimientos, que deben incluirse en el perfil profesional y se definen como los conceptos, hechos y criterios para la toma de decisiones y otros aspectos cognoscitivos necesarios para ejecutar una responsabilidad. Asimismo, orienta las habilidades que se constituyen en los pasos requeridos para la ejecución de una responsabilidad profesional que

es la capacidad de responder a los actos propios y ajenos en el desempeño de la profesión. Gamboa (1993 p.90)

2.2.3 Perfil prospectivo

Constituye el deber ser, es decir, de lo que aspiramos y de lo que de acuerdo a los lineamientos políticos-filosóficos nacionales, será la Guatemala del futuro. Comprende la capacitación que le permitirá al individuo enfrentar exitosamente las tareas previsibles que se le presentaran en el mundo de contrastes, cambios e innovaciones.

2.2.4 Perfil profesional

Éste representa lo característico y fundamental de una profesión y proviene de la fusión de los tres perfiles: personalidad, ocupacional y prospectivo.

El perfil profesional constituye la descripción de las funciones que deberá ser capaz de realizar el profesional en el momento de terminar sus estudios e integrarse en el mercado de trabajo en el campo de su profesión. Pero una descripción no se concreta a un listado de actividades, debe ser una relación sistematizada, estructurada, de acuerdo con las características de la profesión.

Por ejemplo, los niveles o áreas donde deberá desempeñarse el profesional. La descripción de funciones no se debe referir únicamente a conocimientos o destrezas motrices, sino incluir las concepciones que se encuentran relacionadas con las expectativas que se tienen respecto de la profesión.

2.2.5 Perfil ocupacional real

Supone caracterizar el puesto que desempeña el profesional de un campo determinado. Debe contener las siguientes características para su definición:

- Identificar instituciones empleadoras.
- Hacer un análisis de las tendencias del mercado ocupacional.
- Elaborar descripciones de los puestos representativos.

2.2.6 Perfil profesional real

La definición profesional real se refiere propiamente a la determinación de lo que debe enseñarse a los futuros profesionales. Abarca aspectos cognoscitivos, afectivos y psicomotrices. Para su definición debe tener las siguientes características:

- Conocimientos científicos y técnicos específicos de la profesión.
- Habilidades y destrezas típicas de la profesión.
- Actitudes y aptitudes necesarias del profesional.
- Conocimientos humanísticos e instrumentales necesarios para la profesión.

- Concepto de cambios críticos en la sociedad, como: políticos, sociales, económicos y ambientales.
- Nuevas tendencias e innovaciones en el contenido y método de pensamiento de las diferentes disciplinas.
- Papel que cumple la profesión en la sociedad.
- Posibles reformas que pueden contribuir con el cambio tecnológico, económico y social.

2.2.7 Perfil profesional ideal

Se logra la caracterización del profesional ideal y resulta de la integración de la definición ocupacional real y de la definición profesional real.

- Opinión de los profesionales del área.
- Opinión de profesionales de áreas afines.
- Planes de desarrollo institucional.
- Desarrollo científico social del área.
- Recursos actuales y potenciales.

2.2.8 Estudios para determinar el perfil profesional

Para determinar el perfil profesional, Cerdá Michel (1991) propone los siguientes estudios:

- Inventario de rasgos profesionales.
- Análisis del mercado de trabajo actual.

Inventario de rasgos profesionales

Con este análisis se obtiene información acerca de las actividades que desempeñan los profesionales y de las características que deben poseer para realizarlas. Es conveniente establecer contacto, con las principales instituciones o centros de trabajo, para elaborar un listado de rasgos profesionales. Para conocer con exactitud los rasgos y características se deben tener en cuenta las siguientes áreas:

- Cognoscitiva.
- Afectiva.
- Psicomotriz.

Área cognoscitiva

Consiste en el conocimiento sólido, en relación con determinadas ciencias, que el Comunicador Social debe tener en su cultura general, así como las funciones que debe desempeñar en su campo de trabajo y las responsabilidades que tiene a su cargo en el departamento de la Empresa y/o entidad en la que labora.

Área afectiva

Son los valores, sentimientos y pensamientos que el Comunicador Social debe poseer (cualidades, actitudes y características) para realizar adecuadamente su trabajo. Su estado anímico influye de forma considerable en su desempeño.

Área psicomotriz

Son los procedimientos motores o cognoscitivos necesarios para realizar la actividad de Comunicar, es decir, el equipo básico que debe saber manejar para llevar a cabo, eficaz y efectivamente su trabajo.

Análisis del mercado de trabajo actual

Cuando se realiza el inventario de rasgos profesionales, también se puede hacer el del mercado de trabajo que debe incluir varios aspectos:

Lo que la empresa solicita:

- Grado académico requerido.
- Experiencia necesaria.

Lo que la empresa ofrece:

- Capacitación que el medio de trabajo brinda.
- Clasificación de los comunicadores de acuerdo con la labor que realizan.

Se presentan todos los elementos que se involucran en el tema de Comunicadores Sociales y que están relacionados con el perfil profesional.

2.2.9 Perfil de Egreso del Estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Información brindada por el Lic. Miguel Ángel Juárez, miembro de la Comisión de la Reestructura Curricular de la E.C.C. febrero 2012

Perfil de egreso

- Posee y aplica los fundamentos epistemológicos, filosóficos y metodológicos en Ciencias de la Comunicación para realizar su trabajo profesional
- Interpreta fenómenos sociales, los procesa y los comunica a diferentes audiencias en forma escrita, en audio, visual y mixta.
- Diseña, ejecuta y evalúa investigaciones sociales para generar conocimientos en comunicación y ciencias afines.
- Diseña, ejecuta y evalúa proyectos en comunicación
- Posee y aplica conocimientos para interpretar la realidad nacional e internacional
- Utiliza los recursos tecnológicos para el desarrollo de la actividad profesional

2.3 HABILIDADES DEL COMUNICADOR SOCIAL

El Diccionario de psicología Friedrich Dorsch (1985) lo define como una habilidad es la capacidad de realizar determinadas tareas o resolver determinados problemas, no es la mera disposición o la aptitud, sino que incluye la facultad de resolver o ejecutar del mejor modo posible.

Habilidad es la astucia para llevar a cabo una actividad, saber cómo. La habilidad es un don innato con el que se nace.

Mientras que el diccionario Lid de Comunicación y Marketing de A. Caro – M. Elosua, (2004) define la Habilidad como destreza en las relaciones personales para lograr cooperar con los demás miembros de un grupo y asegurar que este funciona bien. Determinadas técnicas.

2.3.1 Habilidades más relevantes que el Comunicador Social debe tener, según Soto Lauro

<http://www.mitecnologico.com/ie/Main/HabilidadesDelComunicadorEficaz>

- **Amplio Dominio del Idioma** Oficial y de otros idiomas extranjeros o maternos (castellano, inglés, kakchiquel, Mam , Pocoman, Quekchi, respectivamente de acuerdo al escenario local donde se desempeñe) incluyendo un amplio vocabulario.
- **Hablar en Público:** la realidad es que la mayoría de la gente tiene cierto grado de nerviosismo con respecto a hablar en público. Cuando la gente no le preocupa levantarse y hablar en frente de otros, por lo general es porque ya tiene mucha práctica, los comunicadores deben de controlar la ansiedad ya que esta empeora el desempeño del comunicador, y la gente lo juzga mal automáticamente si ve su ansiedad.
- **Objetivo:** ser objetivo es una herramienta poderosa y reduce a ansiedad, hace que el comunicador enfoque toda su energía, lo ayuda a controlarlo y confrontar una situación, ayuda a no desviarse y enfocarse bien a lo que se desea alcanzar.
- **Organización Adecuada:** se vuelve fácil y rutinaria una vez se aprende a hacerla. Esta habilidad se adquiere al aprender cómo optimizar nuestro tiempo y energía.
- **Habilidad para escuchar:** La educación en comunicación ha realizado la mayor parte de sus estudios en las habilidades de expresión y esto ha provocado el descuido de no estudiar las habilidades para escuchar. El oír, se efectúa en los oídos, mientras que el escuchar es un proceso intelectual y emotivo que integra factores físicos, emotivos, o intelectuales en búsqueda de un significado y comprensión.

- **Claridad de Expresión:** para algunas personas es muy difícil expresar lo que quieren decir. Se supone simplemente que la otra persona comprenda lo que quiere decir aun cuando sean descuidados o poco claros en su verbalización piensan que la gente debe leer la mente de otras personas. El comunicador efectivo tiene una clara idea en su mente de lo que está tratando de expresar. Al mismo tiempo puede aclarar y elaborar lo que dice.

Es importante expresar las emociones, para crear buenas relaciones con los demás. La gente necesita expresar sus sentimientos de tal manera que puedan influenciar, afirmar, remodelar y cambiarse a sí mismos y a los demás.

- **Auto-Expresión:** es la facilidad de hablar en forma amplia y sincera acerca de uno mismo. Esto es necesario para entablar una comunicación efectiva, pues entre más sepamos de nosotros y los demás en forma recíproca, más eficiente será la comunicación.
- **Comportamiento:** se pondera la forma en la que el trabajador acepta, respeta y cumple con las normas, valores y reglas de la institución.
- **Iniciativa:** en este rubro, se debe ponderar la capacidad de planificar y ejecutar acciones sin que necesariamente se le requieran en forma explícita y si participa en otras actividades que benefician a la institución sin que esto sea solicitado.
- **Trabajo en equipo:** se califica el nivel de cooperación de una persona y si su actuar es coherente con los intereses colectivos, respeta a los miembros del grupo de trabajo, ayuda en forma voluntaria y espontánea a los demás, honra su pertenencia al grupo de trabajo y abona a que el grupo actúe en forma cooperativa.
- **Liderazgo:** Hoy el comunicador debe ser un líder significa que debe privilegiar por sobre todas las cosas el servicio que presta a la sociedad, además detectar los problemas que en ella existe y trabajar para corregirlos y solucionarlos, el comunicador líder trabaja con las masas y no con las élites predica con el ejemplo y conoce a todos y a cada uno de los miembros de su entorno social y laboral.
- **Personalidad y Mentalidad Madura** - El comunicador debe tener una personalidad y mentalidad madura que le permita manejar adecuadamente la inteligencia racional y la inteligencia emocional.

La inteligencia racional tiene que ver con el saber y saber hacer, significa conocer la teoría, los hechos, fines y conocer la realidad para analizarla y

trabajar dentro de ella, este tipo de inteligencia tiene que ver con la razón instrumental mientras que la inteligencia emocional es la capacidad de controlar los impulsos, significa tomar decisiones adecuadas, manejar los problemas laborales con sensatez, ecuanimidad, coordinación y equilibrio esta inteligencia está guiada por la razón histórica que significa realizar un trabajo sin necesidad de condicionarlo a lo económico

- **Creatividad:** El creativo es aquel que improvisa sin que se den cuenta y puede alterar el orden de su discurso según le convenga.
- **Relajación:** Este es un consejo que es más fácil decir que llevar a cabo. Para poder relajarse en el momento de hacer su presentación, el Comunicador tiene que haber aprendido a relajarse en las múltiples situaciones que se enfrenta en su vida cotidiana. Para esto debe aprender a no presionarse y no dejar que otros lo presionen. Debe controlar el nerviosismo otro de los factores que influye en la percepción que el público tiene del comunicador y de su mensaje.
- **La mirada:** Repetidas veces, escuchamos pronunciar de parte de los expositores la siguiente frase: “Yo nunca miro a mi público, sólo veo cabezas o hacia un punto de fuga para no avergonzarme o bien equivocarme”. ¿Cuál es la solución? Lo más lógico es que se está cometiendo una gran equivocación. Usted debe mantener contacto visual todo el tiempo con su auditorio; de lo contrario, provocaría aburrimiento y alguien podría retirarse antes de que termine su discurso.

Los Gestos: Un gesto es un movimiento de las facciones que expresa un estado de ánimo, es un aspecto o semblante que puede ser agradable o desagradable. No siempre se necesita pronunciar alguna palabra para dar un mensaje.

- **La Voz:** Es la cualidad que posee el ser humano para comunicarse, es un instrumento muy valioso que debemos cuidar. Es el arma más poderosa de un comunicador. Con el tono de voz se atrae la atención, se hace énfasis en una frase que se habla y se tocan las emociones de un auditorio. Para capturar la atención podemos “bajar el volumen de voz, al hacer énfasis en lo que se dice “se eleva el volumen. Pero no olvide percatarse que el último de la fila escuche.
- **La Dicción:** Es la pronunciación correcta de las palabras y la falta de ella defórma el lenguaje. Podemos catalogar la falta de dicción, como la pereza mental que tiene el individuo de expresarse bien. Puede ocurrir también, cuando se hace una lectura improvisada y se lee con mayor velocidad.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

El saber las habilidades e intereses, incide en beneficio de la carrera profesional. Al conocer las habilidades, se pueden cultivar para especializarse en la verdadera vocación, esto influirá en la eficiencia que den en sus futuros empleos.

2.4 DESTREZAS DEL COMUNICADOR SOCIAL

La destreza es definida por A. Caro M. Elosua en el Diccionario Lid Comunicación y Marketing (2004) como la habilidad para hacer las cosas bien, conjunto de habilidades personales y técnicas que permiten a una persona relacionarse efectivamente con los que lo rodean. Además de buena presentación verbal y capacidad para escribir correctamente es muy importante saber escuchar y tener una buena capacidad de lectura. Es llevar a cabo manualmente o con cualquier parte del cuerpo una actividad para la que se es hábil.

2.4.1 LAS SIGUIENTES SON LAS DESTREZAS QUE DEBE POSEER EL COMUNICADOR SOCIAL

El Estudiante de Ciencias de comunicación debe atender a las actividades lingüísticas receptivas leer, escuchar, hablar y escribir, consideradas como las cuatro destrezas del lenguaje. Según Dora Águila de Estrada (2005), indica que esto le da la oportunidad de pensar, leer, hablar, escribir acerca de problemas sociales, asuntos científicos, argumentos imaginativos, creativos, entre otros.

Las destrezas del lenguaje no deben de practicarse por separado, tienen que estar interrelacionadas, deben ser utilizadas de manera integrada, brindando oportunidad de experimentar continuamente con el lenguaje en todas sus modalidades: escuchando, leyendo, hablando, escribiendo, utilizándose de manera real, significativa y funcional.

- **Orientación y Motivación en la lectura:** para que el proceso de lectura cumpla sus objetivos, es necesario que el docente motive a los estudiantes a la lectura no porque sea una obligación en el área profesional, sino porque el mismo se sienta motivado a leer, un docente que no lea no puede dar una buena motivación. Leer significa establecer una relación emotiva con el texto y su contenido.
- **Lectura** no es solamente un proceso por el cual el estudiante lee un texto dado por el docente sino que debe ser una elección del estudiante y orientada por el docente. Esto se debe a que generalmente el docente cae en el error de mandar a leer textos que él cree que son importantes porque fueron interesantes para él, pero nunca se pregunta si ¿también serán de interés para el alumno?

Lo anterior obliga al docente a conocer los focos de interés de sus alumnos y por lo tanto la literatura que llene las expectativas de esos intereses

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- **Escuchar bien:** los autores Armando Silva, Juan Manuel Roca, Gerardo Andrade, Julio Orozco en Lingüística-Gramática, explican que “escuchar bien implica expresarnos oralmente bien, ya que esto incide en la asimilación del mensaje y en el desarrollo de nuestra elocución”. (1988 p. 59)
- **Escribir:** en esta área nos podemos apoyar en la toma de notas, es un ejercicio que consiste en escribir en forma ágil, breve o sucinta, organizada y crítica, las ideas de un expositor, conferencista, autor, docente, etc.

Aunque durante nuestros estudios es cuando tomamos más apuntes, hay muchas situaciones en las cuales esta técnica es muy útil y de gran eficacia, por ejemplo en las reuniones de trabajo, las entrevistas, las lecturas personales, la redacción de un libro, la elaboración de una tarea o trabajo escrito, las ideas fugaces, lluvias de ideas y los viajes. No obstante la toma de notas desempeña un papel mucho más importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje, de aquí que sea de gran utilidad en clases, como en mesas redondas, seminarios, etc.

Al escribir se deben tomar en cuenta las siguientes normas: trazar las letras con exactitud y proporción, tildar adecuadamente las palabras según su acentuación, conocer las reglas ortográficas de puntuación, colocar correctamente los signos de puntuación, donde corresponden en la comunicación expresiva. Escribir con propiedad y coherencia. Utilizar correctamente las mayúsculas y minúsculas.

- **Expresión oral:** (hablar) en el proceso de comunicación diaria, el hombre se vale de la expresión oral y escrita, el hombre se relaciona con sus semejantes por medio de distintas formas de comunicación; sin embargo, entre ellas sólo el lenguaje verbal ha sido creado con esa finalidad expresa. Cuando está de por medio la palabra se lleva a cabo el proceso de comunicación verbal.

En nuestro país, todavía existe un buen porcentaje de personas que no saben leer ni escribir, (analfabetas) si bien la lengua oral la aprendemos en el hogar y la escrita en la escuela, para dominar tanto la una como la otra no basta con adquirir la educación básica primaria y secundaria, tradicionalmente se entendía que el objetivo fundamental de la escuela era enseñar a leer y escribir y se daba por hecho que el niño y la niña ya sabían hablar.

No es raro ver que personas con estudios universitarios, al hablar no se expresan bien y al escribir comentan toda clase de errores. Esto significa que, si queremos expresarnos bien, tanto en forma oral como

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

escrita, debemos esforzarnos por conocer las reglas que rigen nuestro idioma. Veamos algunas para expresarnos bien oralmente:

- **Pronunciar las palabras claramente:** acentuar correctamente las palabras, emplear los recursos fónicos expresivos naturales, emplear el vocabulario apropiado en cada circunstancia y lugar, hablar con propiedad y coherencia.
- **Debe tener la destreza de escribir a computadora:** la demanda de trabajos de hoy en día lo exigen, ya que en todas las empresas es indispensable el uso de las computadoras, por lo que el Comunicador social debe estar actualizado de los paquetes de informática que salen al mercado para poder manipularlos con facilidad.

2.5 CONOCIMIENTOS DEL COMUNICADOR SOCIAL

Según el diccionario de Psicología Friedrich Dorsch (1985) los conocimientos son objetos del saber, almacenados y evocados, que se pueden medir con test de conocimiento, cabe distinguir diversas especies de conocimientos:

- a) conocimientos objetivos, referidos a cosas y objetos que pueden darse como representaciones sensibles o como relaciones conceptuales.
- b) conocimientos de conducta o de procedimientos, a los que pertenecen también las destrezas , y que se refieren a acciones tan simples como ir en bicicleta o escribir, pero también a actividades mentales complejas, como procesos de solución de problemas.
- c) conocimientos de norma, que interfieren por ejemplo en algunas destrezas sociales y se rigen por los comportamientos deseados y practicados por la cultura o la subcultura a la que se pertenece
- d) conocimientos de valor, que abarcan a totalidad de los valores religiosos, sociales, estéticos, económicos y políticos utilizados.

Los conocimientos de resultados (también conocimiento del éxito) son presupuestos importantes en el aprendizaje de destrezas, que influyen en la rapidez de aprendizaje.

Se pueden establecer algunas características generales en los conocimientos: rectitud, generalidad, grado de concreción, inserción en sistema, durabilidad, disponibilidad, y racionalidad.

Pero, Según Sánchez Hidalgo Efraín (1954, p. 548) “Aprender significa cambiar en algún aspecto de nuestra personalidad, después de cada aprendizaje la persona es distinta de como era antes”

El profesional comunicador debe también conocer y manejar perfectamente el mercadeo social una disciplina que combina aportes de las ciencias sociales y las ciencias administrativas para influir en la conducta de los públicos a través de la venta de ideas, servicios y productos con el objeto de mejorar la calidad de vida del grupo objetivo y de la sociedad en general.

Con una alta capacidad científica y técnica que le permita desempeñarse efectivamente en las distintas áreas inherentes al que hacer del comunicador, dando así un real aporte a su relevante labor social.

María Alejandra Rocha (www.razonypalabra.org.mx) señala que las políticas educativas de casi todos los países están enfocadas al cambio en los sistemas educativos para la utilización de las tecnologías; sin embargo se ha dejado de lado la formación de los recursos humanos que serán quienes implementen estas tecnologías en el ámbito educativo.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

Los presupuestos asignados para la compra de tecnología, así como adecuación o construcción de espacios destinados para estos mismos fines son grandes comparados con los destinados a la capacitación de los profesores o personal que manejará estas tecnologías, por lo que se vuelve más complicada su implementación y se convierten en recursos desperdiciados al estar almacenados. Debe de considerarse que en el área informática, como en otras más, la actualización es una constante, más aun si se considera que los alumnos les es más común a los mismos profesores, baste ver lo que sucede con las aulas virtuales, el alumno sólo necesita la introducción y lo demás corre por su cuenta, sin embargo conforme va avanzando las preguntas que realiza al profesor obligan al profesor a informarse para darle la respuesta.

Las tecnologías son herramientas facilitadoras del aprendizaje y el profesorado las ve como tal y no como una complicación más dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los centros educativos deberán conformar toda una estrategia para la introducción de cualquier tecnología, no basta con comprarla porque de lo que se trata es de cambiar el sistema para que esto ocurra todos los integrantes deberán ser parte activa en la toma de decisiones, donde se haga un análisis de sus fortalezas y debilidades, de esta manera todos estarán involucrados en ese proceso de cambio y serán parte del mismo como parte y no será una situación impositiva, como antes ha venido ocurriendo con otras tecnologías.

Dentro de ese proceso de cambio es importante la capacitación de los recursos humanos, serán ellos quienes manipulen más tarde estos aparatos y por lo tanto son quienes deben de saber exactamente cómo funcionan y para qué pueden servirles, cómo utilizarlos y cómo lograr que el proceso educativo sea más eficaz con su ayuda.

Pero también es importante que el profesorado sea capacitado en lo que significan esas tecnologías y las implicaciones de su uso. La tecnología implica toda una forma de pensamiento

El comunicador social para desempeñarse profesionalmente debe tener una base formativa equilibrada entre el pragmatismo de la tecnología y el fundamentalismo de las ciencias sociales del cual es parte la ciencia de la comunicación, a pesar de que se ha insistido hasta la saciedad en el divorcio irreconciliable entre lo teórico y lo práctico en cuanto a formación profesional de comunicación se refiere, ocurre que la ciencia de la comunicación es la ciencia práctica de las ciencias sociales, ello no significa que no esté sustentada con rigor científico - teórico pues no se puede teorizar sino se investiga la realidad con rigurosidad y apego a la ciencia.

Un equilibrio en la dicotomía teoría - práctica en nuestra formación significa tener un bagaje de conocimientos con 50% de cada parte esto

permitirá que el comunicador desarrolle un trabajo profesional con soporte teórico, humanístico y conocimiento práctico de los medios a utilizar, permitirá también que estos nuevos profesionales le den un verdadero uso social a las disciplinas de la comunicación como Relaciones Públicas, Relaciones Industriales, Publicidad y propaganda, Marketing, Comunicación Organizacional y a las tecnologías de comunicación de la información como radio, televisión, prensa, medios de comunicación no masivos y ahora informática (M. Fuentes :1994).

Ahora las currículas actuales de los centros de formación profesional de comunicación en nuestro país deben considerar 3 tipos de cursos que son:

Cursos de formación general, de formación básica profesional y de formación especializada que provean a los estudiantes en un momento de conocimiento teórico y práctico general relacionados con la comunicación, sociedad e individuo y en otro momento de conocimiento especializado de la teoría y práctica de la comunicación.

Estos cursos a su vez deben promover, propiciar y desarrollar nuestra diversidad creativa, puesto que la profesión de comunicación es eminentemente creativa y de gran iniciativa, este aspecto permitirá que el comunicador se preocupe por rescatar la unidad esencial de lo humano.

- El profesional comunicador debe también conocer y manejar perfectamente el mercadeo social una disciplina que combina aportes de las ciencias sociales y las ciencias administrativas para influir en la conducta de los públicos a través de la venta de ideas, servicios y productos con el objeto de mejorar la calidad de vida del grupo objetivo y de la sociedad en general.

- El comunicador social de hoy debe tener un amplio dominio del idioma oficial y de otros idiomas extranjeros o maternos (castellano, inglés, Man, Kakchiquel) respectivamente de acuerdo al escenario local donde desempeñe su trabajo), debe manejar perfectamente el lenguaje audiovisual, los paquetes informáticos, Internet y Multimedia, este tipo de capacitaciones lo recibirán generalmente fuera de las aulas universitarias, hay que dar particular importancia a la criticidad y a la capacidad de pensar por sí mismo alejándonos de la educación conformista tan propia de nuestras instituciones escolares y académicas.

2.6 ROLES DEL COMUNICADOR SOCIAL

Como indica Gustavo Bracamonte (1996 p.69) “Todos los días, los comunicadores ejercen un papel dentro de la sociedad, conscientemente o no, a veces el papel que juegan permite que el estado de cosas de una determinada formación social continúe sin moverse y, en raros casos, desempeñan la función de subversores del orden establecido por los poderosos”

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

Es necesario destacar cinco roles, que deben cumplir los comunicadores sociales de nuestro país.

1. El de constituirse en facilitadores de un proceso participativo, ya que usualmente se han convertido en anunciadores de productos o promotores de artistas. Los comunicadores deben poner los medios necesarios para impulsar la participación de los miembros sociales a fin de ir creando espacios democráticos dentro de la sociedad guatemalteca y permitirles que ellos mismos sean los que se quiten las mordazas y las vendas con el fin de que descubran la luz. El papel que los comunicadores debe ser entonces, el que nos ayude a encontrar el camino de regreso hacia la luz necesaria.
2. Promotores de cambios sustanciales en la población a través de la formación de una actitud crítica de la realidad, facilitar el que veamos la realidad con otros ojos, que nos relacionemos con ella, pues es en esta relación que se toma conciencia.
3. Descubridores de la verdad. Los comunicadores sociales cargan sobre sus espaldas la responsabilidad de decir la verdad, anunciar la realidad en que viven las comunidades e investigar y denunciar las causas que originan los problemas. Por ejemplo: por que se da la desnutrición, por que los campesinos no tienen tierra, porque existe un 80% de la población que sufre hambre. Al explicar los fenómenos, las noticias dicen lo que sucede en el país, los comunicadores se constituyen en agentes de cambio, en estrategias de cambio, pues permiten a la población conocer la realidad.
4. Apóstoles de los valores. El testimonio es importante, admirable es encontrar a mujeres y hombres que no se venden ni se cambian, ineludibles en su misión. En una sociedad que se derrumba por la falta de valores Es necesario que los comunicadores anuncien, vivan , testifiquen por todos los medios a su alcance, la verdad, la honradez, la honestidad, la justicia y la paz. Debemos ir con todas nuestras fuerzas a la formación de una mejor sociedad, donde existan personas en quienes podemos fiarnos y eso es posible con la tenacidad de los comunicadores.
5. Por último, los comunicadores deben hacer de la comunicación de masas y grupales, un instrumento de cambio social, con el imperativo categórico de ir construyendo poco a poco, una sociedad desarrollada en todos los aspectos.

Quien use la comunicación para alienar a los demás comete una de las atrocidades del siglo, pues las personas confían en los comunicadores como anunciadores de la vida y la libertad.

2.7 INSERCIÓN LABORAL

Las expectativas de empleo para la mayoría de los graduados de educación superior en el mundo entero son deprimentes por razones tales como el efecto negativo de la masificación de la educación superior, los rápidos cambios tecnológicos, la crisis de la concepción del trabajo en sociedades altamente desarrolladas y la agenda política y económica del neoliberalismo. (Ulrich Teichler: 2005)

Es importante tener claro cuáles son los campos de acción del comunicador, donde se puede desenvolver y a su vez, conocer la preparación universitaria que ha obtenido durante los cinco años de estudio que dura la carrera de Licenciatura. En cuanto al espacio profesional, se reconocen tres espacios dentro de una sociedad, el decadente, el dominante y el emergente.

Estos se definen según el país y su desarrollo histórico, por lo que un espacio profesional decadente se podría convertir en un dominante en una situación determinada. No existen espacios profesionales eternos, estos se transforman conforme a los cambios sociales.

Los espacios decadentes son aquellos que perdieron vigencia, sin embargo esto no significa que no podrían retomar importancia en un futuro convirtiéndose en dominantes de nuevo.

Los espacios dominantes son aquellos que reflejan la mayor demanda ocupacional en un momento histórico determinado.

Los espacios emergentes son los que se encuentran en proceso de consolidación, sea con el objeto de revolucionar la práctica dominante o bien para constituirse en nuevos espacios ocupacionales

Para ejemplificar cuales son lo decadente, dominantes o emergentes que existen en la sociedad, es preciso detallar cinco espacios ocupacionales con sus diferentes posibilidades:

1. Los medios de difusión colectivas impresos, radiales, y televisivos.
2. El Estado: sus instancias de comunicación institucional (oficinas de difusión, de comunicación, de relaciones públicas, problemas de comunicación que no alcanzan a reconocer: espacios y momentos de comunicación, memoria institucional, circulación de la información, concentración de poder comunicacional) y externa (toda la gama de mensajes impresos, radiales, audiovisuales, las relaciones con otras instituciones y con diferentes sectores de la sociedad.

3. Empresas privadas: sus instancias de comunicación institucional interna y externa (ver las mismas del estado)
4. Organizaciones no gubernamentales: Sus instancias de comunicación interna (secretarías de difusión, momentos y espacios comunicacionales, circulación de información, memoria de la organización, concentración del poder comunicacional y externa (medios impresos, radiales y audiovisuales en general; comunicación con otras organizaciones e instituciones.
5. La sociedad misma: la forma de expresarse de la sociedad es a través de las distintas organizaciones, sin embargo hay demandas que provienen directamente de la gente: educación para una lectura crítica, comunicación y educación para los niños. Prieto (1988 p.33)

Hasta la fecha se cree que los medios de comunicación son los espacios profesionales dominantes y la empresa privada en general, por lo que, las escuelas o facultades están orientadas hacia estos campos disciplinarios.

A continuación se presentan los espacios profesionales en Guatemala y su clasificación como decadentes, dominantes y emergentes, según Díaz (1990)

Decadente: Aquella que el desarrollo de las fuerzas productivas va dejando en desuso.

Dominante: aquella que en un momento particular es la que tiene mayor fuerza y espacio social.

Emergente: aquella que en cierto momento va ganando espacio.

2.7.1 El Espacio Profesional en Guatemala

En la actualidad existen los siguientes espacios profesionales en el país:

- -Medios de difusión colectiva: (medios impresos, radio , video y televisión)
- -Publicidad: en esta práctica es posible percibir dos usos sociales: uno comercial (promoción de bienes y servicios) y otro educativo (campañas educativas en áreas de salud, medio ambiente, niñez, etc.)
- Instituciones Sociales: organismos del estado, organizaciones no gubernamentales e instituciones privadas.
- -Organizaciones internacionales.

- Comunidad misma.

Sin embargo, los espacios dominantes en Guatemala son los medios de difusión colectiva (medios impresos, radio, video y televisión) y las actividades publicitarias y los emergentes son las instituciones sociales (gubernamentales, no gubernamentales y privadas, organismos internacionales y organizaciones comunitarias).

Aquí es donde surgen diversas necesidades comunicacionales que el profesional tiene que considerar y resolver adecuadamente.

Otro problema que surge al tratar este tema del mercado laboral del comunicador social, es la remuneración que obtiene al ejercer su profesión en cualquiera de los espacios laborales mencionados anteriormente.

Se sabe que el comunicador debe contribuir a la cultura de su pueblo trabajando con objetividad y eficiencia. Procesar adecuadamente la información para que la sociedad pueda decodificarlo, sin beneficiar a intereses políticos y económicos.

Las exigencias y la competitividad de los mercados laborales locales nacionales e internacionales exigen la alta profesionalidad del comunicador actual por ello debemos de trabajar previo un planeamiento estratégico que es una planificación tomando en consideración el análisis situacional de la organización donde se va a laborar, la priorización de los problemas para encontrar soluciones y la utilización de estrategias en el desarrollo de las acciones y actitudes, que deben estar crono-gramadas en un plan operativo de una organización o un escenario real de trabajo para cumplir los objetivos de los mismos con eficiencia y eficacia.

Debemos también estar preparados y dispuestos a trabajar en equipos (grupos multidisciplinarios de trabajo) como actualmente se da en la docencia Universitaria, los organismos no gubernamentales (ONG), medios de comunicación masivos y no masivos, empresas públicas y privadas, instituciones educativas, de salud y otros.

En la dinámica actual de nuestro país las oportunidades de trabajo cada vez son menores en comparación a nuestro amplio campo de acción multifacético y polivalente esta dimensión no significa que como profesionales debemos saber un poco de todo sino más bien tener un bagaje profesional suficiente, profundo y performador (difícil pero posible)

Para poder abordar temáticas diversas con igual criterio y competencia que el de otros profesionales, que nos permita poder estar en igualdad de condiciones con un antropólogo, sociólogo u otros profesionales y así poder realizar un verdadero trabajo profesional hoy en día nuestro trabajo debe estar

dirigido por el estudio y la investigación IEC (Información, Educación y Comunicación) y debe orientarse a solucionar problemas y necesidades sociales relacionadas con el pluralismo, la creatividad y empoderamiento, mujeres, niños, jóvenes y género, cultura, identidad cultural, patrimonio cultural, salud, educación y medio ambiente; temáticas que han sido considerados por la comisión mundial de cultura y desarrollo, UNESCO en 1995 como las más importantes y actuales necesidades del desarrollo humano en toda su diversidad para lograr sostenibilidad.

Finalmente debemos actuar localmente y pensar globalmente, no es otra cosa que desarrollar nuestro trabajo comprendiendo nuestro entorno concreto tal y como es sin que esto signifique que nos separemos de los problemas globales.

2.7.2 El Desempleo:

El desempleo es la ausencia de trabajo. El desempleo puede obedecer a la inexistencia de fuentes de empleo, o puede darse también como subempleo. Este último a través de fuentes que ayuden a solucionar los gastos básicos para subsistir. Al igual que en la mayor parte de los países en desarrollo, el desempleo y subempleo en Guatemala son problemas graves con tendencia a agudizarse con el tiempo, si no se adoptan medidas de política económica que estimulen una mayor generación de puestos de trabajo para la creciente población activa en el país.

Dentro de las causas que agravan el aumento de la pobreza se encuentran el aumento de la desocupación, la caída significativa de los salarios reales y remuneraciones mínimas. Este es uno de los principales argumentos que denotan los niveles altos de desempleo en Guatemala. Cuanto mayor es la cuota de desempleo más bajo es el nivel del logro educativo. Dias (1990).

2.7.3 ACTIVIDADES LABORALES Y PUESTOS A LOS QUE PUEDE ALCANZAR Y DESEMPEÑAR EL COMUNICADOR SOCIAL

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación, cumple con la función de realizar estudios para la creación y ampliación de condiciones favorables en la publicidad de manera original, eficaz y persuasiva. Planifica, organiza y coordina programa de relaciones públicas en empresas e instituciones. Asesoramiento de clientes y empresas en el diseño de campañas de Publicidad y Relaciones Públicas. Rocha (2001)

Según el catálogo de Estudios de la Universidad de San Carlos de Guatemala (1996), El egresado a nivel de licenciatura en Ciencias de la Comunicación puede desarrollar su rol profesional en tres grandes áreas: planificación y ejecución de proyectos o programas de difusión cultural, asesoría en instituciones o agrupaciones que realizan trabajos de campo de la

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

especialidad, investigación científica y como organizador de empresas publicitarias.

A continuación se citan algunos puestos y actividades a los que el Comunicador Social puede optar, según foro realizado en:
<https://www.facebook.com/topic.php?uid=41684020632&topic=6773> (2008)

- Docente (materias relacionadas con comunicación)
- Vocero
- Periodista
- En la parte de comunicación interna y externa, de alguna empresa
- En sitios Web
- Publicidad
- Medios (producción general, contenidos)
- Editorial
- Periodismo
- Empresas de marketing, creatividad,
- Imagen empresarial
- Periodismo en investigación
- Campañas de difusión masiva
- Área de marketing analista o senior
- En el área de gestión y organización de proyectos y eventos culturales
- Redactora de Libros
- Investigadora
- Free Lance
- Periodista Deportiva
- Gestora de Centros de Investigación.
- Editora de revistas.
- Cine
- Fotografía
- Comunicación Institucional
- Radio
- Tv.
- Revistas
- Comunicación Gráfica (diseño)
- Gestión Cultural - Eventos

OTROS

- Planificador de procesos comunicaciones
- Comunicador institucional
- Prensista
- Especialista en marketing
- Comunicador organizacional
- Organizador de eventos

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Productor cultural
- Productor audiovisual
- Especialista en análisis del discurso
- Editor
- Comunicador comunitario
- Analista
- Comunicólogo
- Pedagogo
- Comunicación de empresas
- Planificación investigaciones
- Desarrollo de políticas de comunicación

Otros cargos

- Elaborar mensajes públicos noticiosos o de opinión, para transmitirlos a través de los medios de Comunicación masiva
- Manejar y procesar información en periódicos, diarios, revistas, publicaciones, al igual que en radio, cine y televisión
- Desempeñarse como reportero, diagramador, diseñador, fotógrafo y gerente de información y redacción en el medio impreso y audiovisual
- Laborar en oficinas públicas y privadas, como relacionista público y gerente de comunicación
- Procesar textos en editoriales
- Planificar, producir y elaborar mensajes de carácter informativo y de opinión
- Planificar, programar, desarrollar e implementar estrategias comunicacionales que le permitan influir en la opinión pública y aceptación masiva de las ideas que genera.
- Planificación y ejecución de proyectos de Marketing y Publicidad.

Cargos que puede desempeñar

- Desempeñar el cargo de RRPP en colegios, institutos y universidades.
- Desempeñar cargos de Director, o Jefe de Departamento u Oficina de Comunicación en instituciones de diferente tipo.
- Desempeñar el cargo de Director o Coordinador de medios y programas de comunicación masiva o institucional o como asesor y realizador de medios y programas de comunicación.
- Desempeñarse como consultor, asesor e investigador en procesos comunicativos, en una perspectiva interdisciplinaria principalmente

atendida a necesidades de gestión, capacitación, educación, divulgación, integración y opinión.

- Asesorar instituciones económicas, sociales, políticas, culturales, religiosas, solidarias, como empresas, partidos políticos, cooperativas, sindicatos, cuentas de acción básicas, clubes y otras, en la creación, implementación, desarrollo y evaluación de procesos y sistemas de comunicación, intra o extra-institucionales, que permitan el desenvolvimiento, la armonización y la coordinación de la comunicación en ellos.

Competencias profesionales y Modelo Educativo

En cuanto al comunicador se sabe que debe contribuir a la cultura de su pueblo trabajando con objetividad y eficiencia. Procesar adecuadamente la información para que la sociedad pueda decodificarlo, sin beneficiar a intereses políticos y económicos.

Sin embargo hemos sido testigos de cómo muchos comunicadores que se beneficiaron y benefician al sector político y económico, las razones quizá sea por la necesidad de ajustarse a las exigencias de los grandes capitalistas

2.7.4 Entidades y/o Empresas en donde puede Laborar

- Instituciones del sector público, privado y social.
- Industrias y empresas comerciales y de servicios.
- Centros de educación tecnológica y universidades.
- Empresas editoriales.
- Agencias de publicidad y relaciones públicas.
- Empresas radiofónicas, televisivas y audiovisuales
- Periódicos y revistas
- Medios de difusión comunitarios
- Publicaciones impresas de diversa índole
- Oficinas de Información (PRENSA) en empresas públicas y privadas
- Agencias Noticiosas
- Periodísticas autogestionarias
- Gobernaciones
- Alcaldías
- Empresas Petroleras

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Departamentos de Información y Divulgación de Organismos Públicos y Privados
- Departamentos informativos
- Locución
- Producción y prensa de emisoras radiales y televisivas
- Dpto. de prensa en instituciones públicas y privadas
- Dpto. de edición gráfica y Fotografía.
- Unidades Audiovisuales de empresas públicas y privadas
- Empresas productoras de radio, cine, televisión, fotografía y video
- Empresas de publicidad audiovisual y medios impresos alternativos
- Agencias publicitarias
- Departamentos de relaciones públicas
- Comunicación corporativa
- Asuntos públicos
- Relaciones institucionales y de imagen de empresa publicas y privadas
- Oficinas o Agencias asesoras de publicidad
- Agencias de Mercadeo
- Oficinas de Relaciones publicas
- Organización de eventos a empresas financieras, partidos políticos, industrias, empresas de servicios, entre otras
- Agencias de Publicidad.
- Relaciones Industriales.
- Relaciones Públicas (Técnica).
- Sociología.

2.7.5 EGRESADO

Según www.definicion.org egresado es la persona que ha culminado sus estudios en un establecimiento docente.

Persona que aprueba y acredita todas las asignaturas y actividades que conforman un plan de estudios. Es el alumno que habiendo aprobado y acreditado al 100% de las asignaturas de un plan de estudios, y aprobado el examen privado técnico profesional o haya realizado y aprobado su ejercicio

profesional supervisado, se hace acreedor al título correspondiente fijado por la institución en la que realizó sus estudios.

2.7.6 EMPLEADOR

Según www.deconceptos.com, el empleador es aquella persona que da empleo, es un concepto íntima y esencialmente relacionado con el de empleado, que es otro sujeto de la relación laboral. El Empleador debe brindar a sus trabajadores un salario digno, respetando los mínimos legales, un lugar confortable para trabajar, no hacer discriminaciones entre sus empleados, cumplir con las normativas del derecho, de la seguridad social, brindarles las vacaciones y licencias que la ley establece , respetar sus derechos sindicales, etc.

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Método de investigación:

El método utilizado en la investigación fue descriptivo. Descriptivo porque comprende la descripción, análisis e interpretación de los datos que se obtuvieron por medio de las encuestas y entrevistas realizadas tanto a egresados como a los empresarios empleadores de diferentes entidades donde laboran en la actualidad los egresados de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y conocer por medio de ellas su opinión al respecto del perfil adecuado para el Comunicador Social.

3.2. Objetivos:

General:

Determinar el perfil de egreso del licenciado en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Específicos:

- Determinar las demandas en el campo laboral para un egresado de la E.C.C de la USAC desde la visión del empleador.
- Establecer según el criterio de los egresados que habilidades, destrezas y conocimientos debe contar al culminar sus estudios de la carrera Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para hacer su inserción al campo laboral.
- Proponer el perfil del Comunicador Social a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, basado en la investigación realizada.

3.3. Técnicas:

Para efecto de la investigación se empleó la recopilación bibliográfica documental, la visita de material virtual por internet, encuestas a egresados y empleadores de Comunicación Social, y entrevistas a autoridades de la restructuración curricular.

3.4. Instrumentos:

- Cuestionario para encuesta
- Guía para entrevista a los empleadores y autoridades de la restructuración curricular.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Fichas bibliográficas
- Información extraída de Internet.

3.5. Población:

Para efectos de este estudio se define como población a los 92 egresados de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala del año 2011, año en el cual se realizó el trabajo de campo de esta investigación.

Y, a los empleadores que trabajan en Comunicación en Guatemala.

3.6. Muestra:

El muestreo fue aleatorio simple, se enumeraron los elementos de la población y seleccionamos al azar dentro de los estudiantes que se hicieron presentes a realizar trámites administrativos en la comisión de tesis de la E.C.C de la USAC, en el periodo del 01 de Noviembre al 30 de Noviembre de 2011. Haciendo un total de 31 personas.

En cuanto a los Empleadores se tomó como muestra 10 instituciones o empresas que se dedican a Comunicación a nivel capital, a continuación se mencionan los nombres y cargos de los empleadores seleccionados:

Institución Privada	Institución Publica	Cargo que desempeña
Hill & Knwlton Guatemala, S.A.		Director de Cuentas
Azteca Guatemala		Productor General
Almacenes Siman, S.A.		Gerente de Mercadeo
Mercalsa – Mobil		Gerente de Mercadeo
4am Saatchi		Productor
Administradora de Marcas, S.A.		Director
Asociación de Comunicación Social y Desarrollo Comunitario		Comunicador Social
Operadora de Tiendas, S.A. / Walmart de México y CAM		Gerente de Eventos Corporativos Centroamérica
	DIGEPSA / MINEDUC	Directora del área de Comunicación
	Programa Nacional de Resarcimiento PNR	Coordinador Unidad de Comunicación Social

3.7. Análisis estadístico:

Se realizaron encuestas tanto a egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación como a empleadores en Comunicación, se presentan las gráficas de barras de cada uno de los ítems indicando el análisis respectivo describiendo cada una de las observaciones e información recolectada.

**CAPITULO IV
ANALISIS DE RESULTADOS**

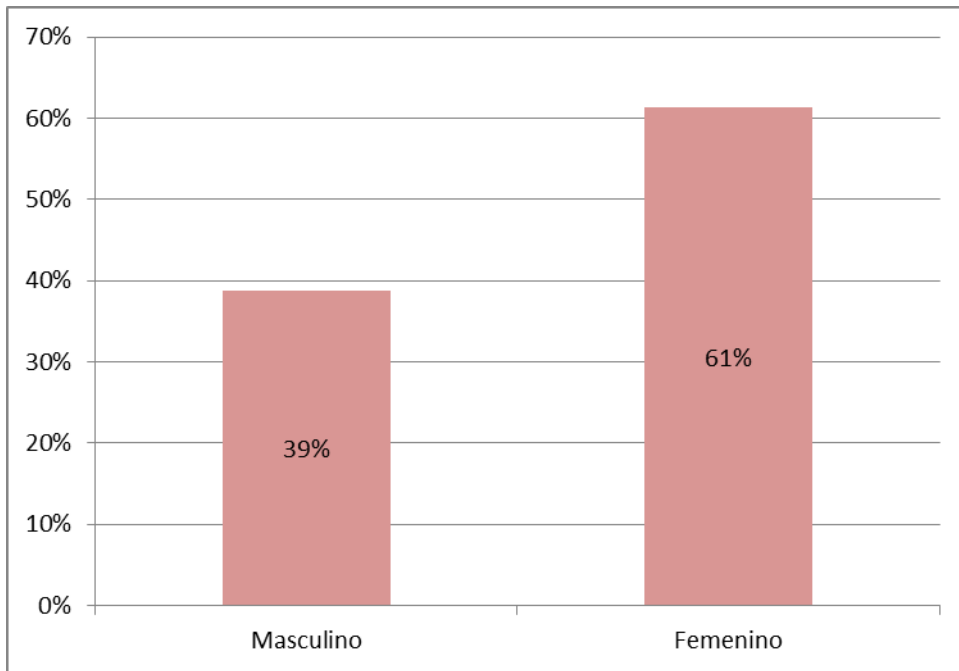
4.1 Descripción, análisis e interpretación de resultados

A continuación se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a Egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así como a Empleadores de Comunicación

4.1.1 Encuesta a Egresados

1. Género de los Egresados encuestados:

Gráfica #1

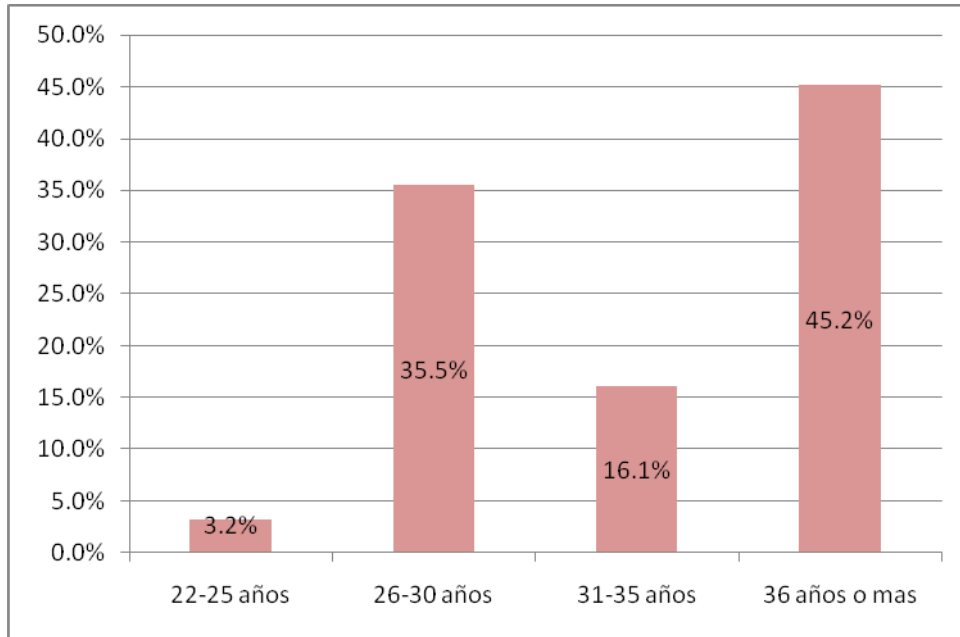


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

La encuesta se realizó a 31 personas, todas egresadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 12 fueron Hombres (39%) y 19 mujeres (61%).

2. Edad de los Egresados Encuestados

Gráfica #2

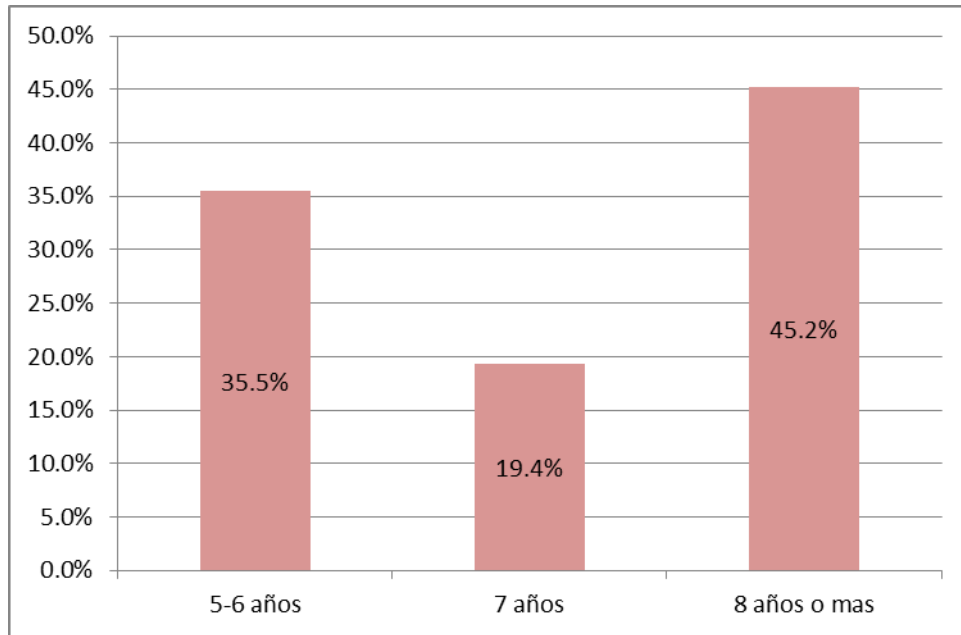


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

De los encuestados el 45.2% lo representan 14 personas de 36 años o más, el 35.5% esta representado por 11 personas de 26-30 años, el 16.1% representa 5 personas de 31-35 años, y el 3.2% lo representa 1 persona de 22-25 años.

3. ¿En cuanto tiempo culminó su carrera?

Gráfica #3

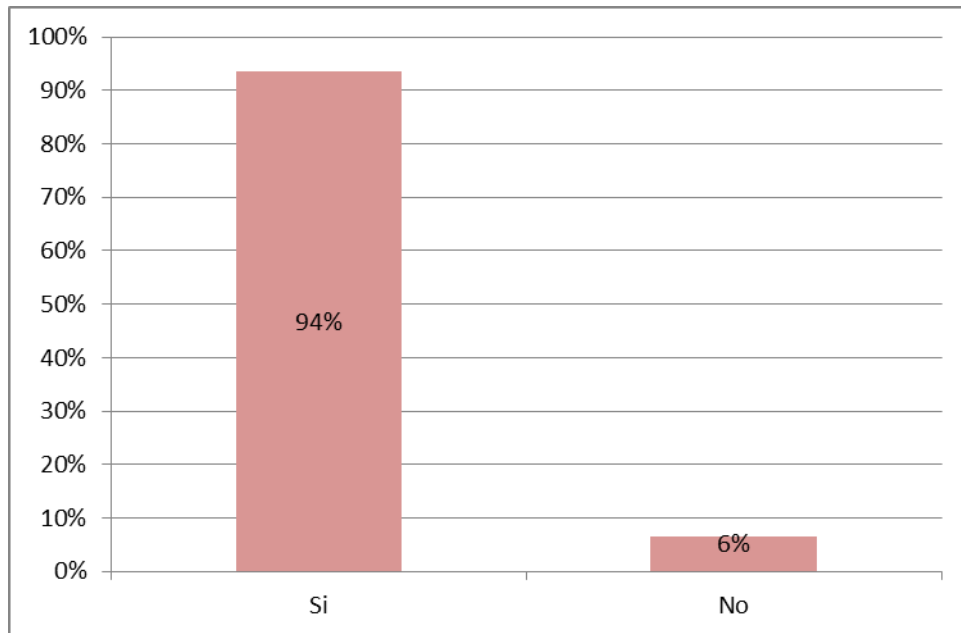


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Por medio de esta gráfica se demuestra que la mayoría de estudiantes de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, culminan la carrera en mas de ocho años.

4. ¿Trabaja actualmente en algún área de comunicación?

Gráfica # 4

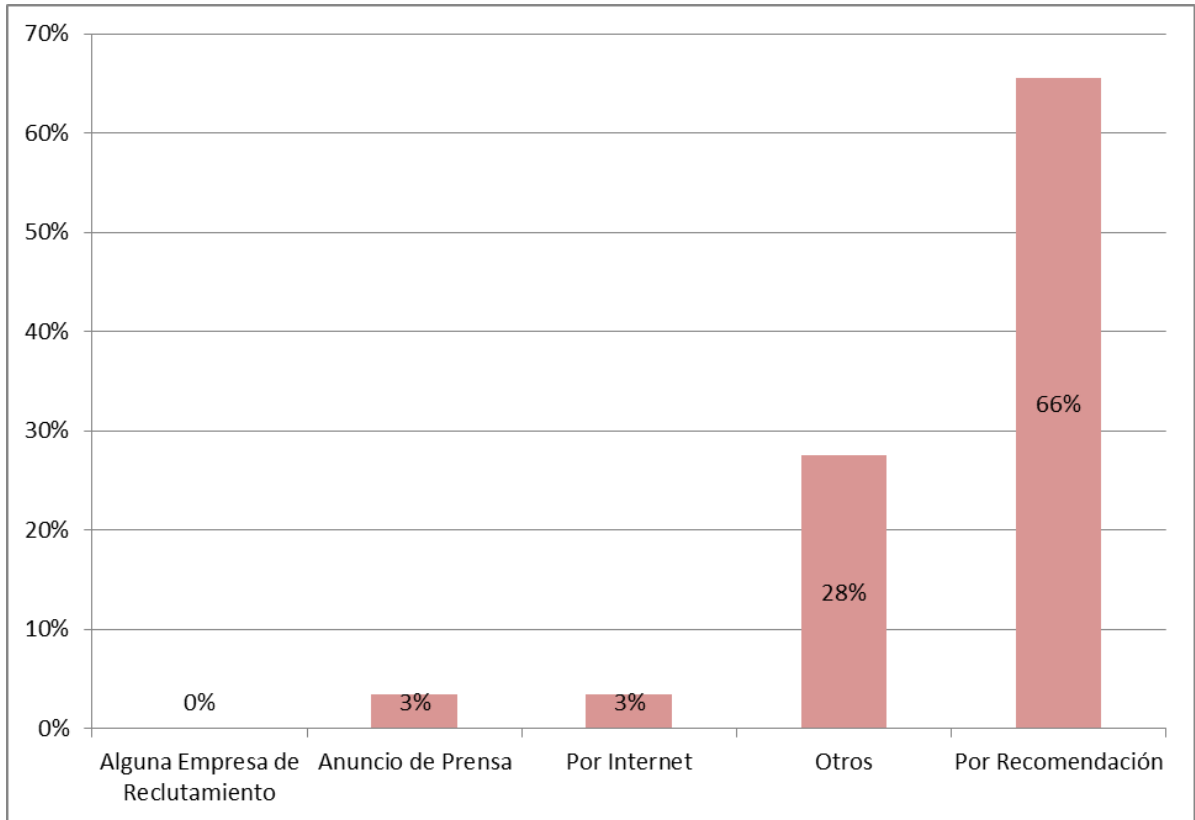


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Al preguntar si trabajaban en la actualidad, el 94% respondió que Si, demostrando que en Guatemala existe un campo laboral al que los egresados pueden optar, ya que la mayoría están laborando en áreas de comunicación.

5. ¿Como ingresó a laborar en la empresa donde trabaja?

Gráfica # 5

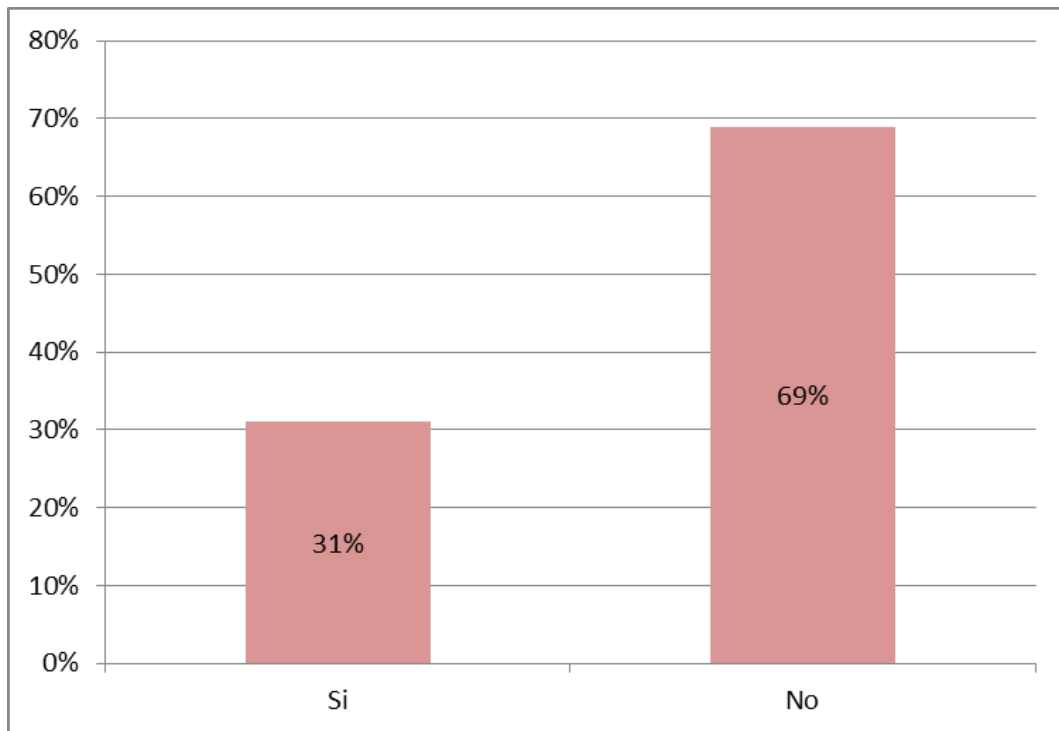


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Hoy en día es más fácil optar a un nuevo puesto si una persona conocida ya se encuentra debidamente posicionada y puede recomendarnos, un poco más de la mitad de las personas encuestadas, ingresaron a laborar por medio de recomendación, quedando como último medio las empresas de reclutamiento, estas últimas no demuestran la efectividad deseada para la búsqueda de un nuevo empleo.

6. ¿Cree que la formación que recibió en la Escuela de Ciencias de la Comunicación ha sido suficiente para su desenvolvimiento en el puesto que ejerce dentro de la empresa?

Gráfica #6

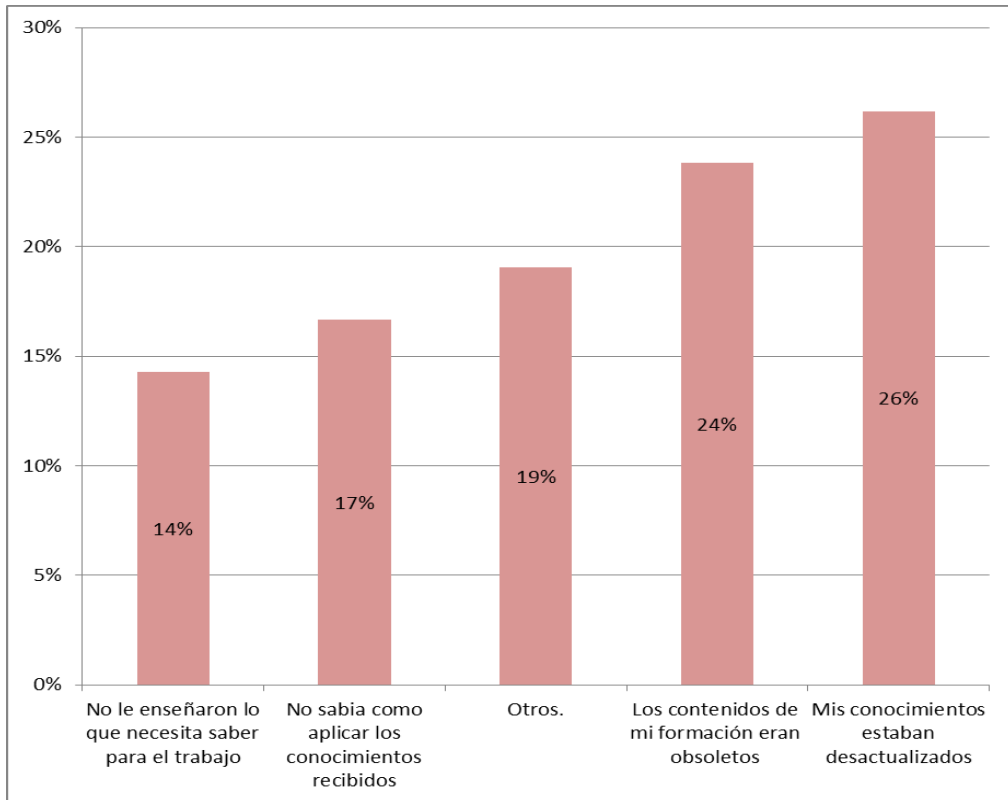


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Al preguntar a los egresados si su formación dentro de la ECC fue suficiente para su desenvolvimiento laboral el 69% contestó que No, mientras que un 31% contestó que Si. Demostrando así, que la mayoría de egresados egresan con insuficiencias para un debido desenvolvimiento laboral.

7. ¿Que dificultades , respecto a su formacion profesional, encontró al empezar a laborar?

Gráfica #7

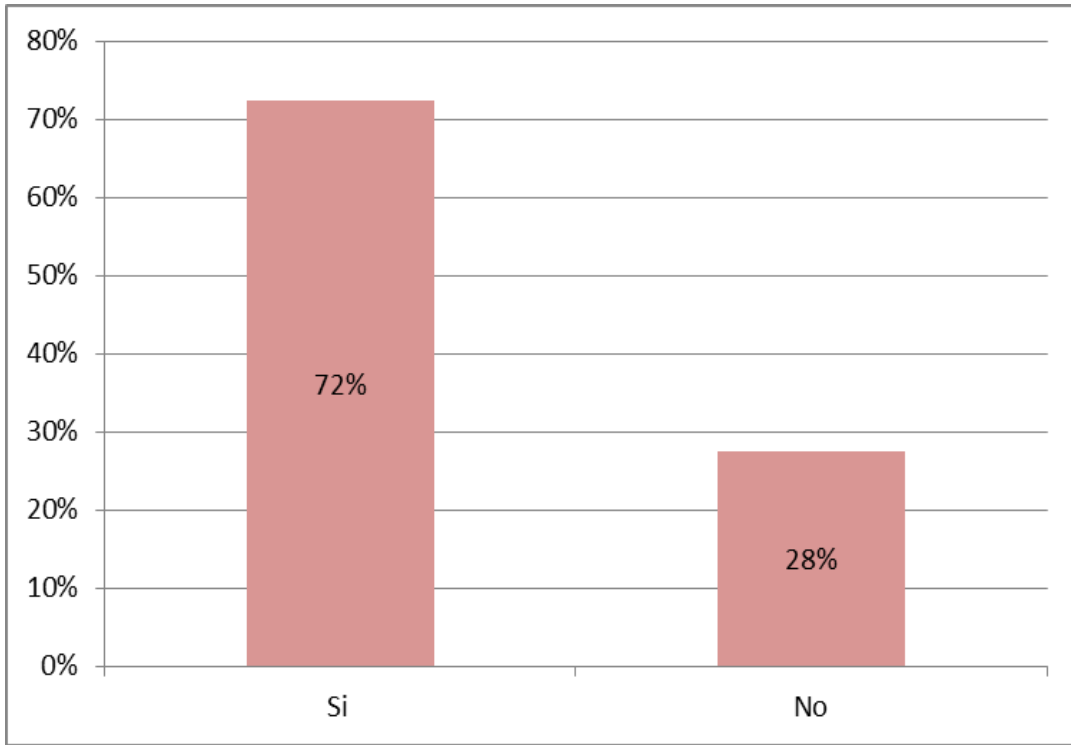


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Los egresados encuentran sus conocimientos desactualizados y que los contenidos de la formación recibida a lo largo de la carrera se tornan obsoletos al salir al mundo laboral. Indicando así que esas son las dificultades más comunes.

8. ¿En su trabajo pone en práctica lo que estudió durante toda la carrera?

Gráfica #8

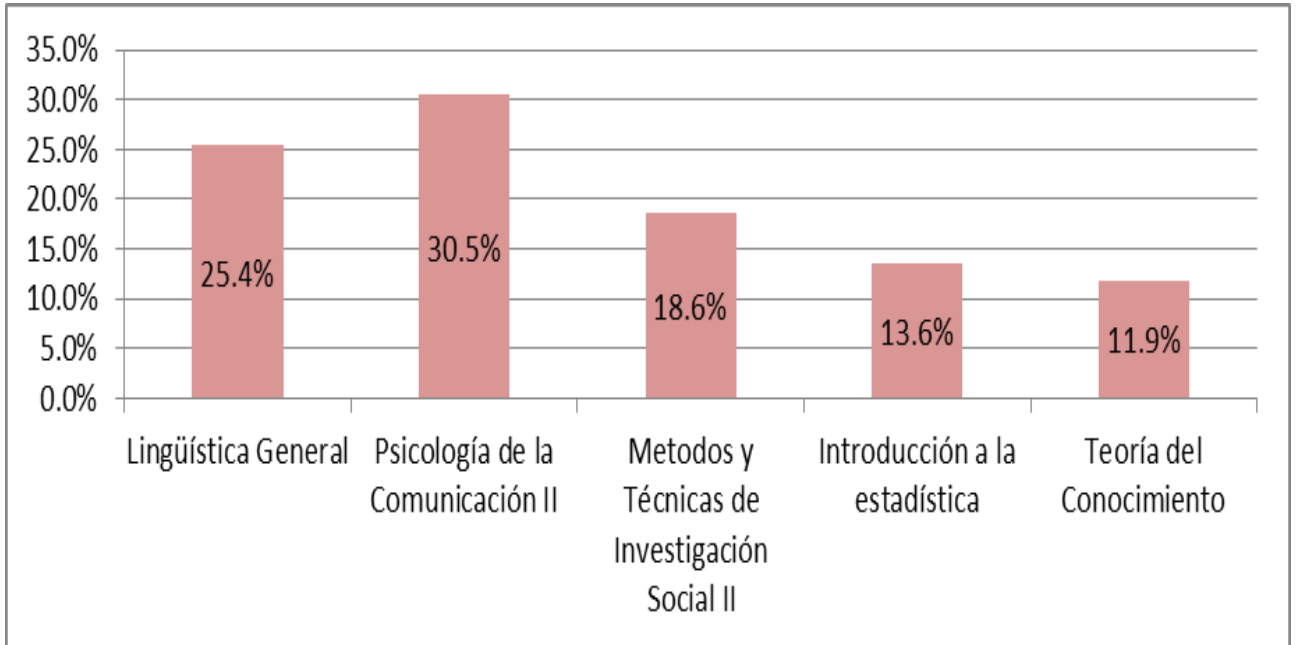


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

La mayoría de egresados encuestados ponen en práctica lo que estudiaron durante toda la carrera, aquí encontramos una contradicción de parte de los egresados, ya que en la gráfica No. 6 anteriormente vista, ellos indican que su formación no fue suficiente para su desenvolvimiento laboral, pero si ponen en práctica lo que aprendieron en la carrera a pesar de las dificultades en el aprendizaje abosoleto y desactualizado.

9. Si su respuesta es si, favor marcar que cursos pone en práctica y que sean de utilidad para su trabajo.

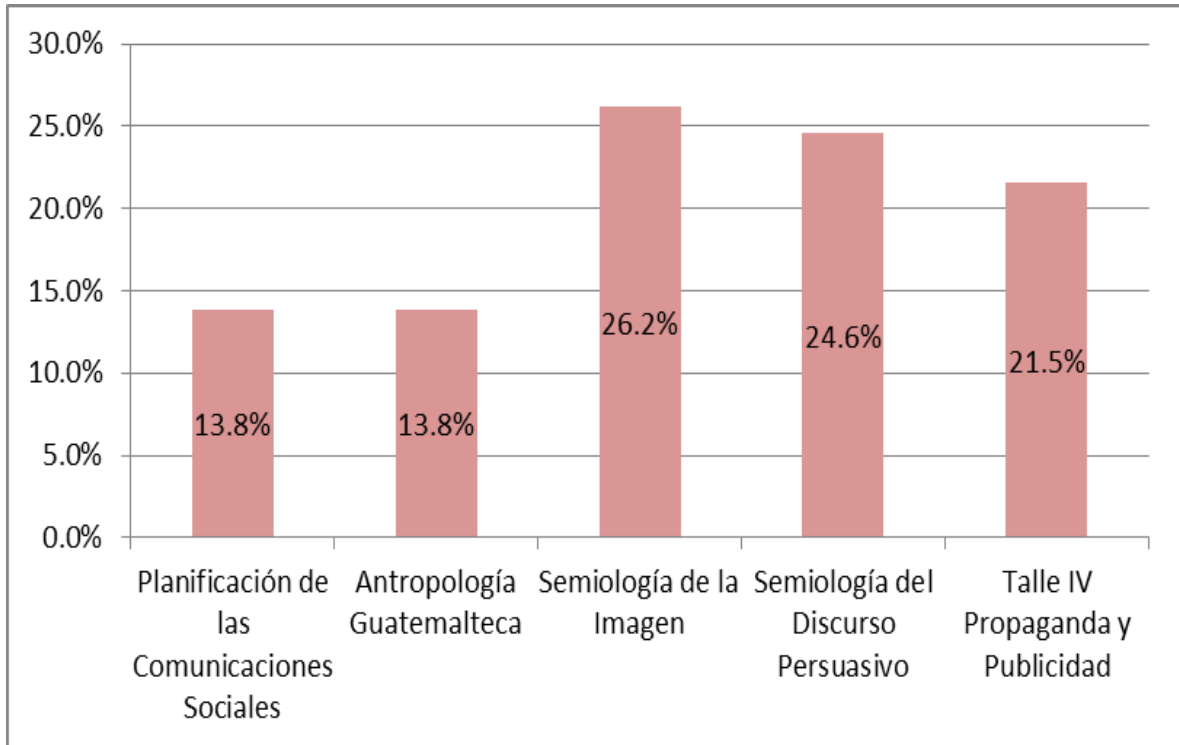
**Gráfica# 9.1
Séptimo Semestre**



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

De los cursos de mayor utilidad para un egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación destacan del séptimo semestre con un mayor porcentaje: Psicología de la Comunicación, Lingüística general y Métodos y Técnicas de investigación Social II. Y los de menor utilidad Introducción a la Estadística y Teoría del Conocimiento.

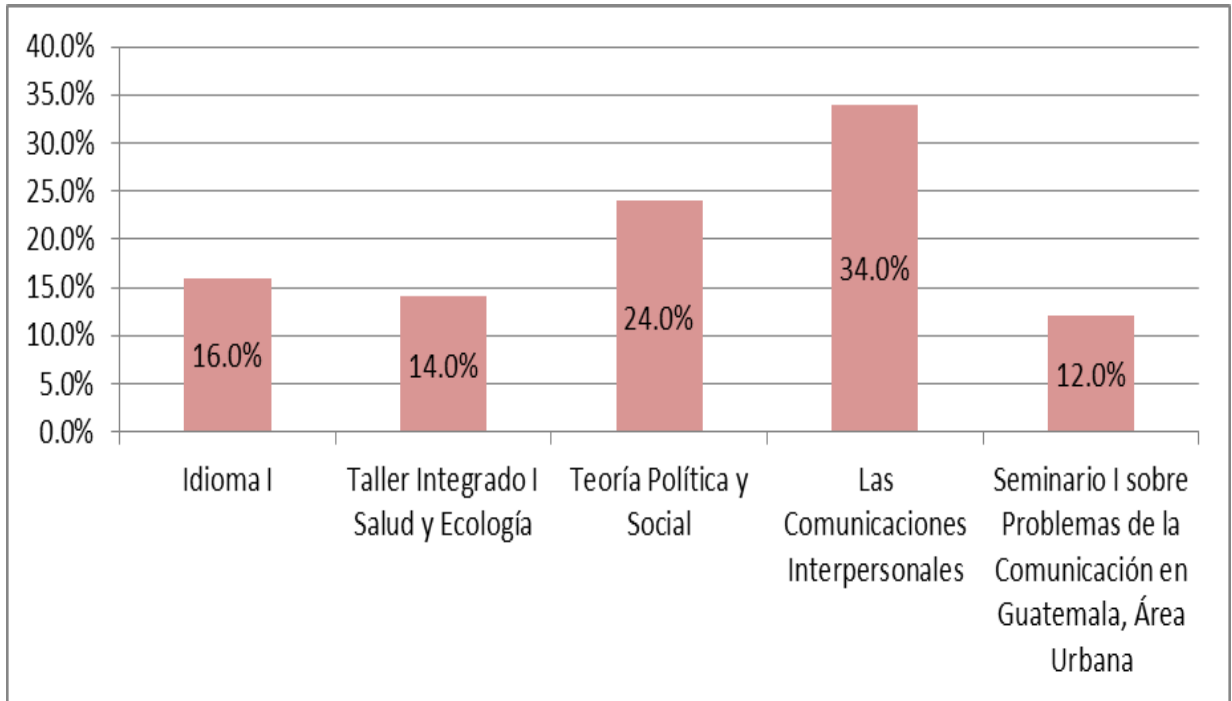
Gráfica# 9.2
Octavo Semestre



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

De los cursos que más se ponen en práctica del octavo semestre destacaron con un mayor porcentaje Semiología de la imagen, Semiología del discurso persuasivo y Taller IV Propaganda y Publicidad; resultando con menor porcentaje Planificación de las Comunicaciones Sociales y Antropología Guatemala.

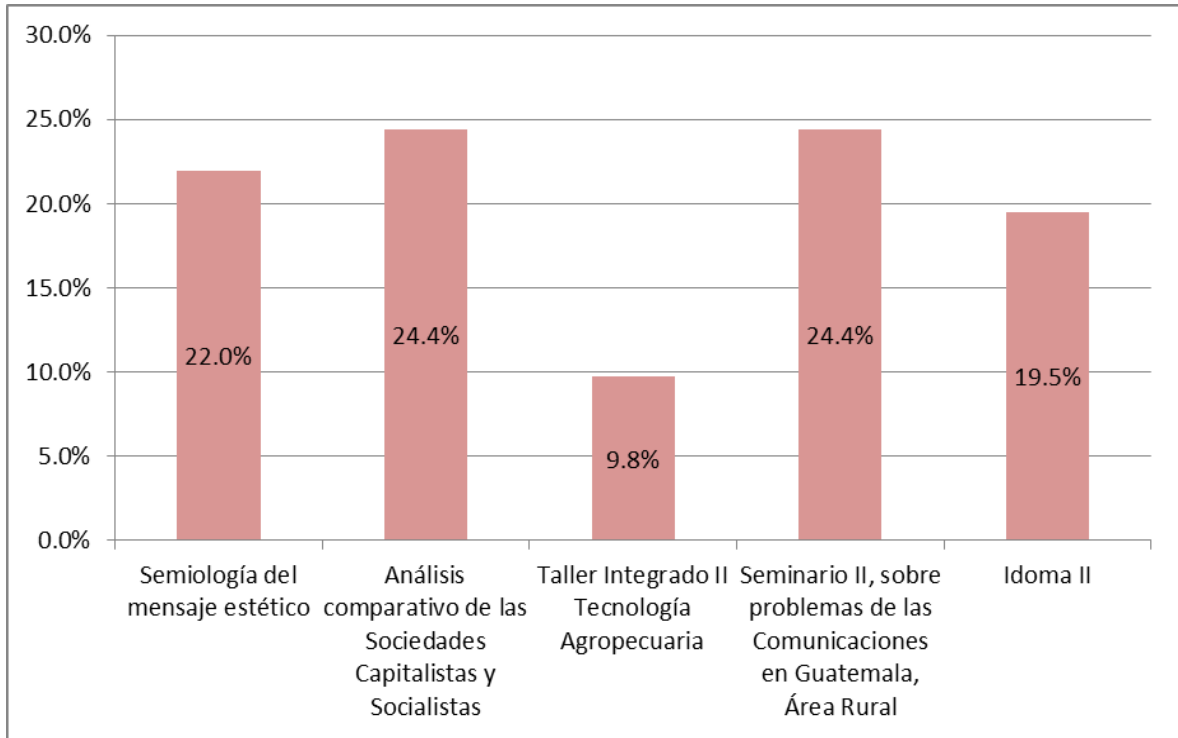
Gráfica# 9.3
Noveno Semestre



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

De los cursos que más se ponen en práctica del noveno semestre destacaron con un mayor porcentaje: Las Comunicaciones Interpersonales, y Teoría Política y Social, resultando con menor porcentaje Idioma I, Taller Integrado I Salud y Ecología, Seminario I sobre problemas de la Comunicación en Guatemala Área Urbana.

Gráfica# 9.4
Décimo Semestre

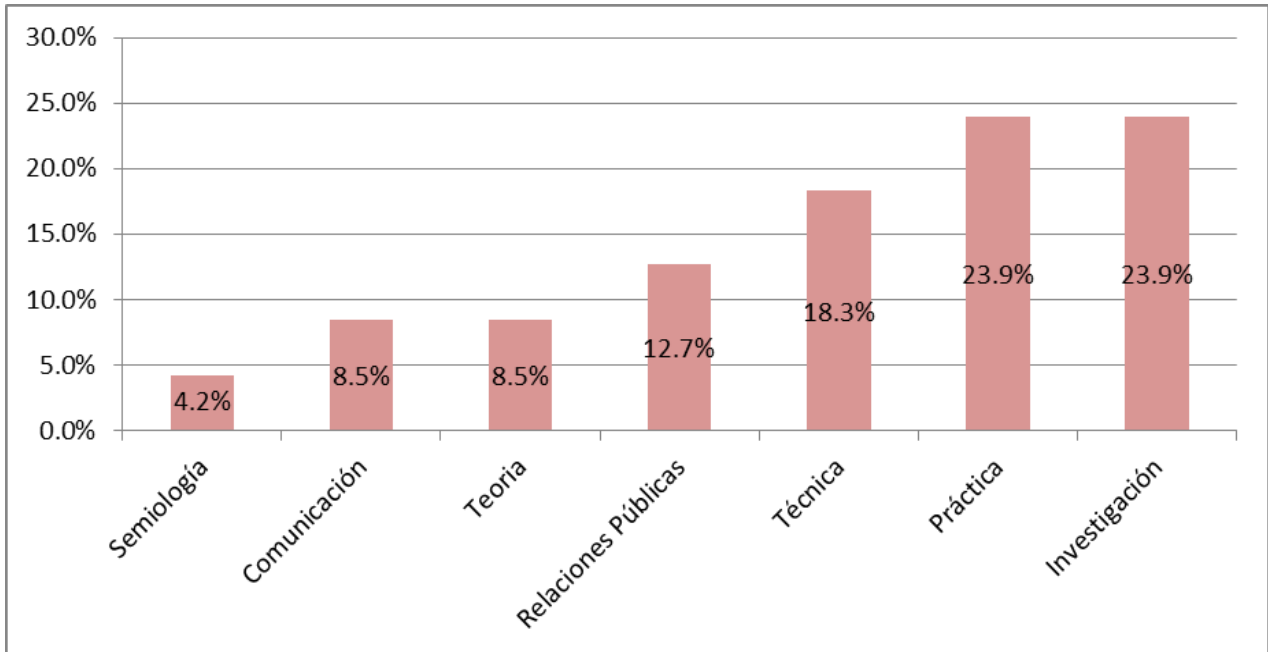


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

De los cursos que más se ponen en práctica del décimo semestre destacaron con un mayor porcentaje Análisis comparativo de las Sociedades Capitalistas y Socialistas, Seminario II sobre problemas de las Comunicaciones en Guatemala Área Rural y Semiología del mensaje estético. Resultando con menor porcentaje Idioma II, y Taller integrado II Tecnología Agropecuaria.

10. ¿Que áreas considera incompletas de su formación académica?

Gráfica#10

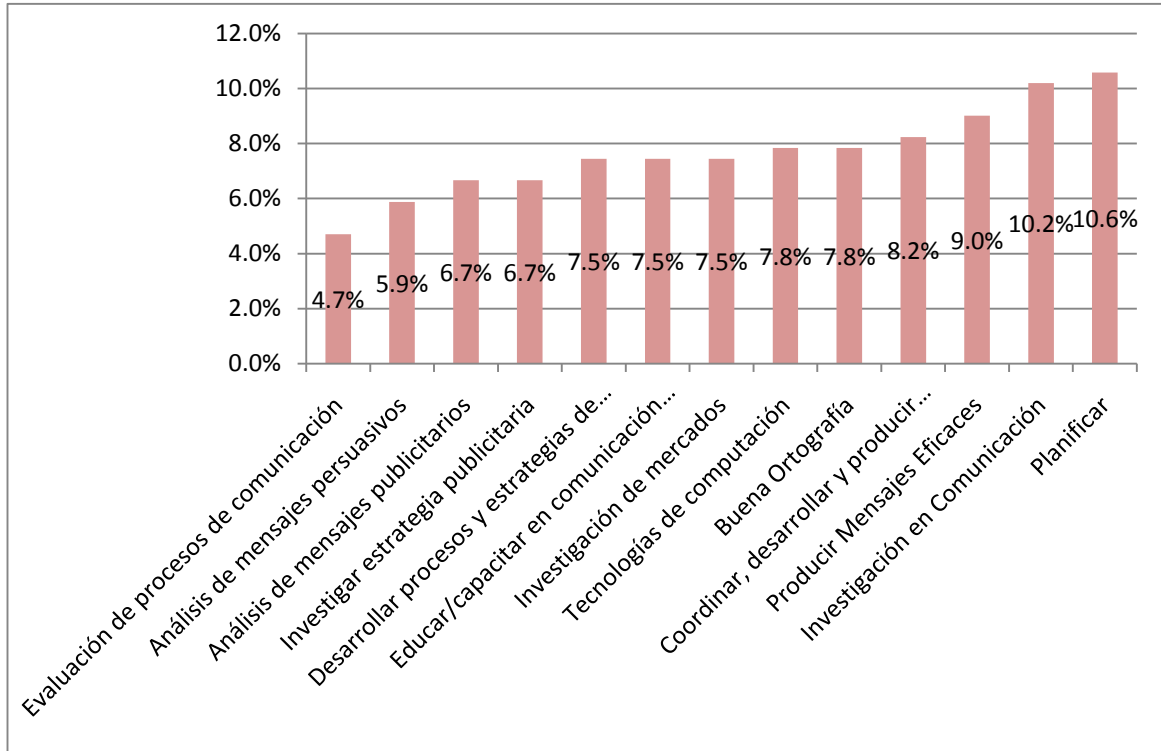


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

En cuanto a las áreas incompletas de la formación académica, los egresados contestaron que la Investigación y el área práctica son las áreas más incompletas en su formación, ya que ellos lo han experimentado en sus puestos de trabajo, cabe resaltar que indicaron que Semiología es el área más completa desde la perspectiva del egresado.

11. ¿Cuál de las siguientes funciones/actividades considera elementales que el Comunicador Social sepa realizar?

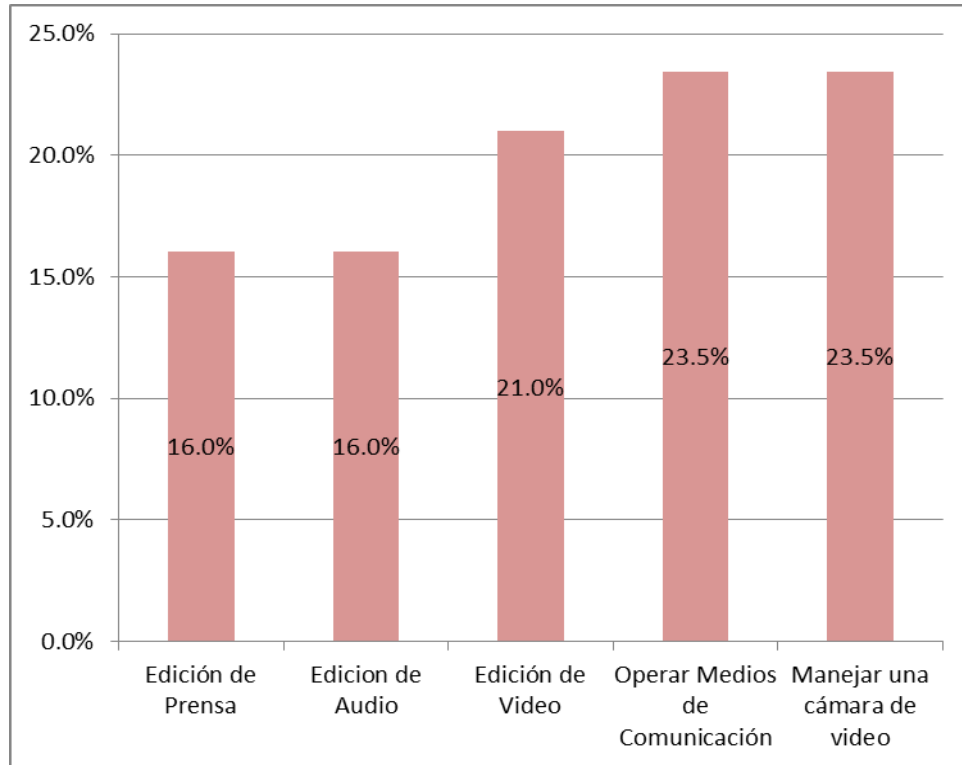
Gráfica#11.1
Conocimientos Elementales



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Es de suma importancia que el egresado en Ciencias de la Comunicación sepa Planificar, investigar en Comunicación, Producir mensajes eficaces, Coordinar, desarrollar y producir materiales informativos y comunicativos, para realizar las diversas funciones que demanda su puesto de trabajo.

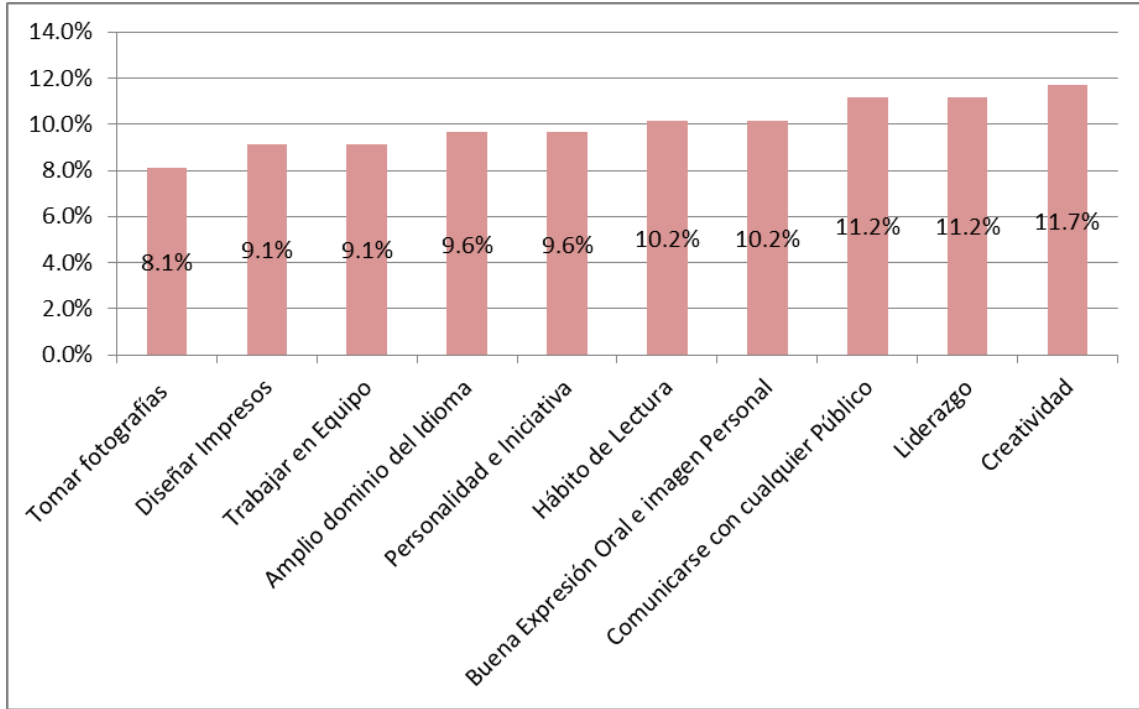
Gráfica #11.2
Destrezas Elementales



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

En cuanto a las funciones/actividades agrupadas en destrezas los egresados contestaron con mayor porcentaje las siguientes: Manejar una cámara de video, Operar Medios de Comunicación y Edición de Video. Concluyendo que estas tres, son las elementales que un Comunicador sepa realizar, si lo vemos desde otra perspectiva, estas destrezas se enfocan más a un área técnica que al contexto de la Licenciatura.

Gráfica #11.3
Habilidades Elementales

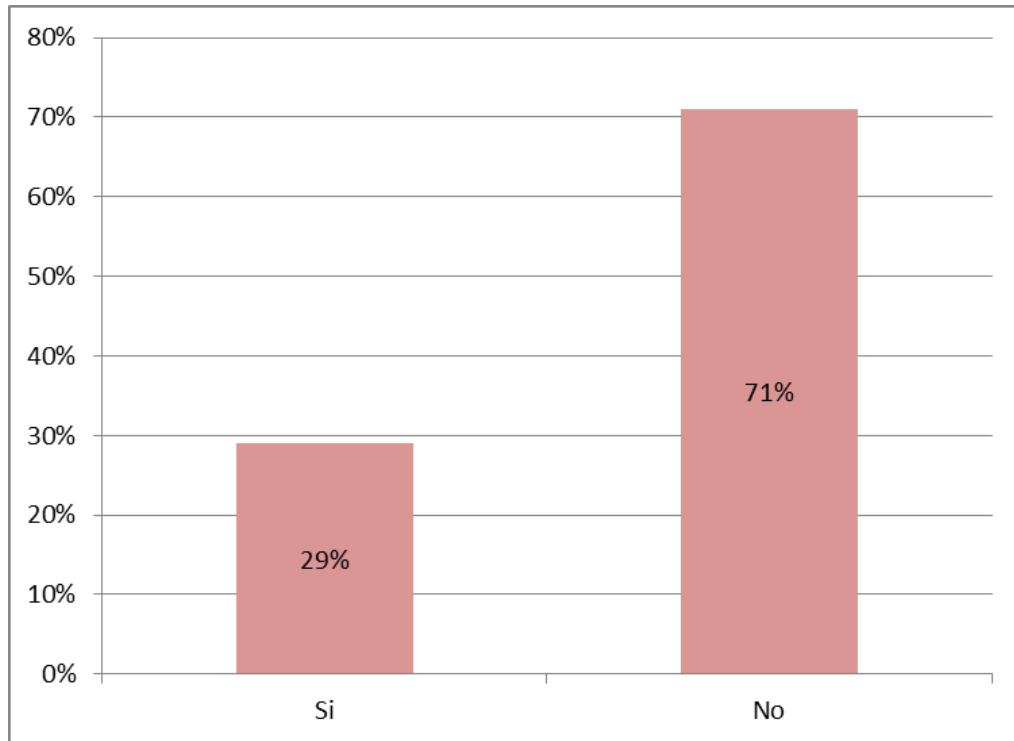


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Las funciones/actividades separadas por habilidades más elementales para los egresados son: Creatividad, Liderazgo, Comunicarse con Cualquier Público, Buena Expresión Oral e imagen personal, Hábito de Lectura. El desarrollo de estas habilidades son las que el egresado considera de mayor interés e importancia.

12. ¿Considera que el actual pensum de estudios está acorde a las necesidades de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación?

Gráfica #12

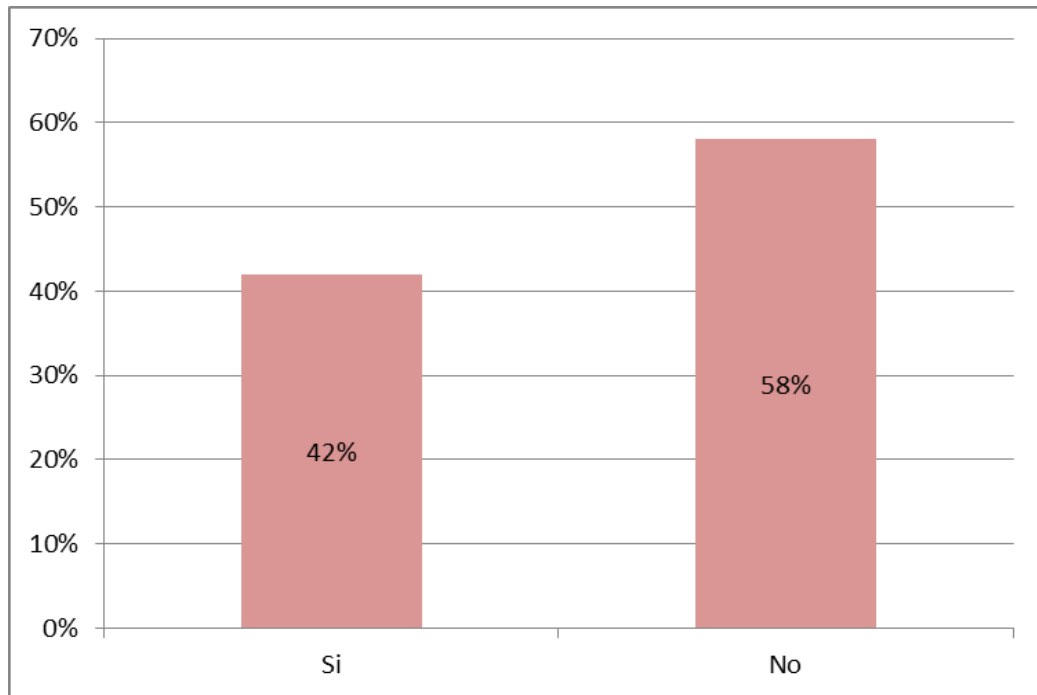


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

El 29% (9 personas) de los egresados consideran que el actual pensum de estudios es acorde a las necesidades de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, y el 71% (22 personas) contestaron que el pensum No está acorde a las necesidades de la carrera.

13. De acuerdo con los conocimientos que se adquieren durante la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ¿cree que hay un amplio mercado laboral para los Comunicadores Sociales que egresan de la misma?

Gráfica#13

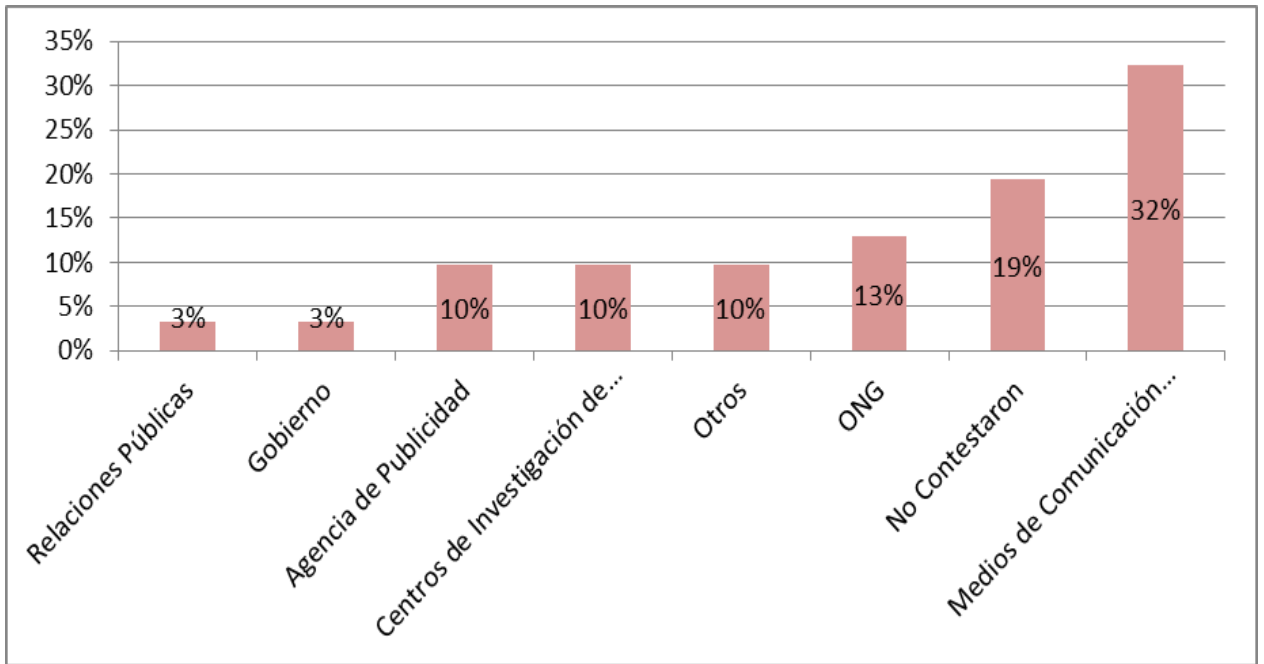


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

En cuanto a la disponibilidad del campo laboral para un egresado de Licenciatura en C.C de la USAC, el 42% de la población contestó que Sí hay oportunidad para ellos, por el contrario el 58% que es la mayoría, contestaron que No hay un amplio mercado laboral, también observamos una contradicción, ya que el 94% de los egresados encuestados labora en la actualidad. (ver gráfica # 4)

14. ¿En que empresa o lugar le gustaría trabajar?

Gráfica# 14

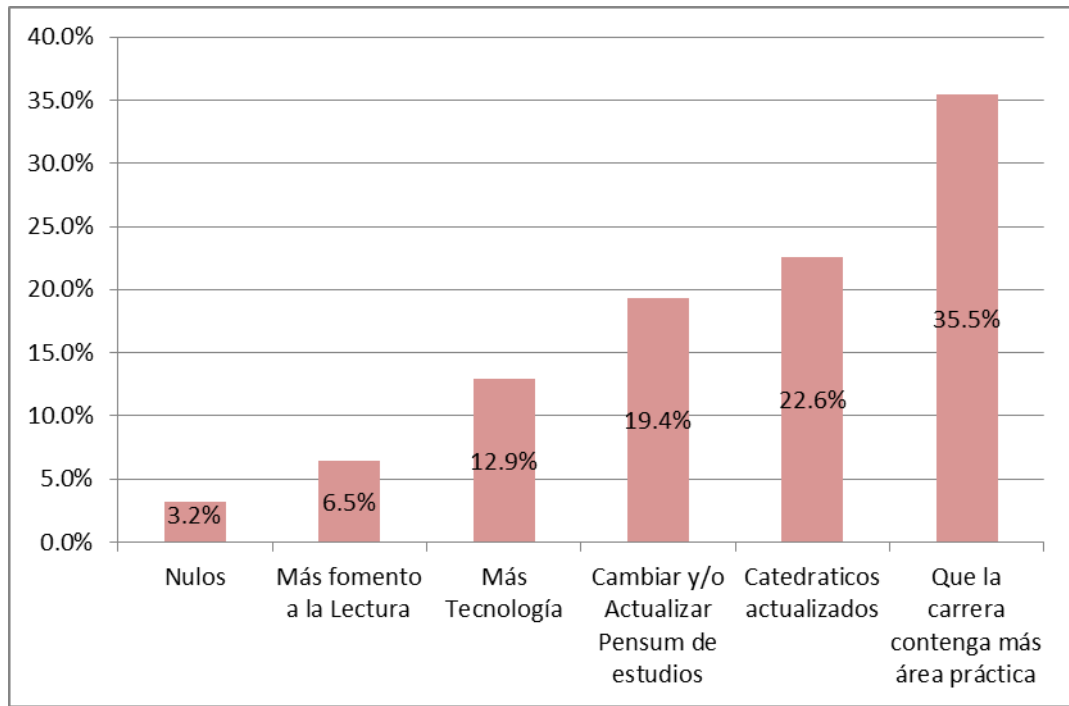


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Cuando se realizó esta pregunta, se logró verificar las aspiraciones de los egresados, concluyendo que la mayoría aspira a colocarse dentro de un Medio de Comunicación (Radio, Prensa, TV) con un 32% de las respuestas obtenidas, aunque sean las empresas que menos paguen, ya que los salarios de los medios masivos no son envidiables y otra vez nada atractivos, al menos que opten por las gerencias de las diferentes áreas que existen dentro de los medios de comunicación masivos.

15. ¿Que recomendaciones daría usted para mejorar la preparación de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Gráfica# 15



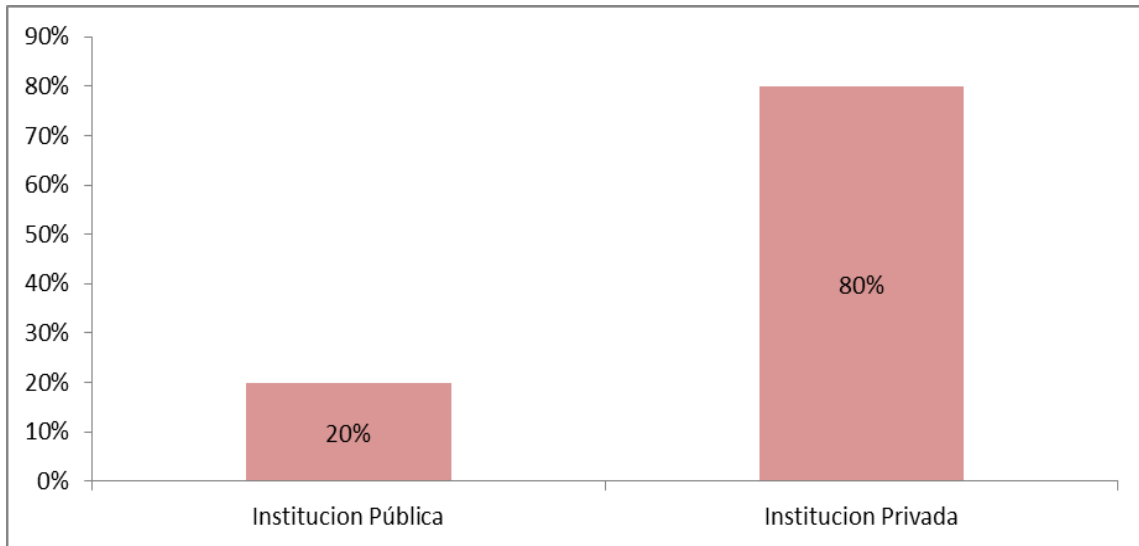
Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Las recomendaciones que dieron los egresados son las siguientes: acuerdan que la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación debe contener más área práctica, que se actualice más a los catedráticos que imparten los cursos, que se cambie y/o actualice el pensum de estudios, que exista más tecnología en los cursos de la carrera, que se inste a más lectura a los estudiantes. Esos son los 5 aspectos relevantes que opinaron los egresados.

4.1.2 ENCUESTA A EMPLEADORES

1. Tipo de Institución?

Gráfica#1

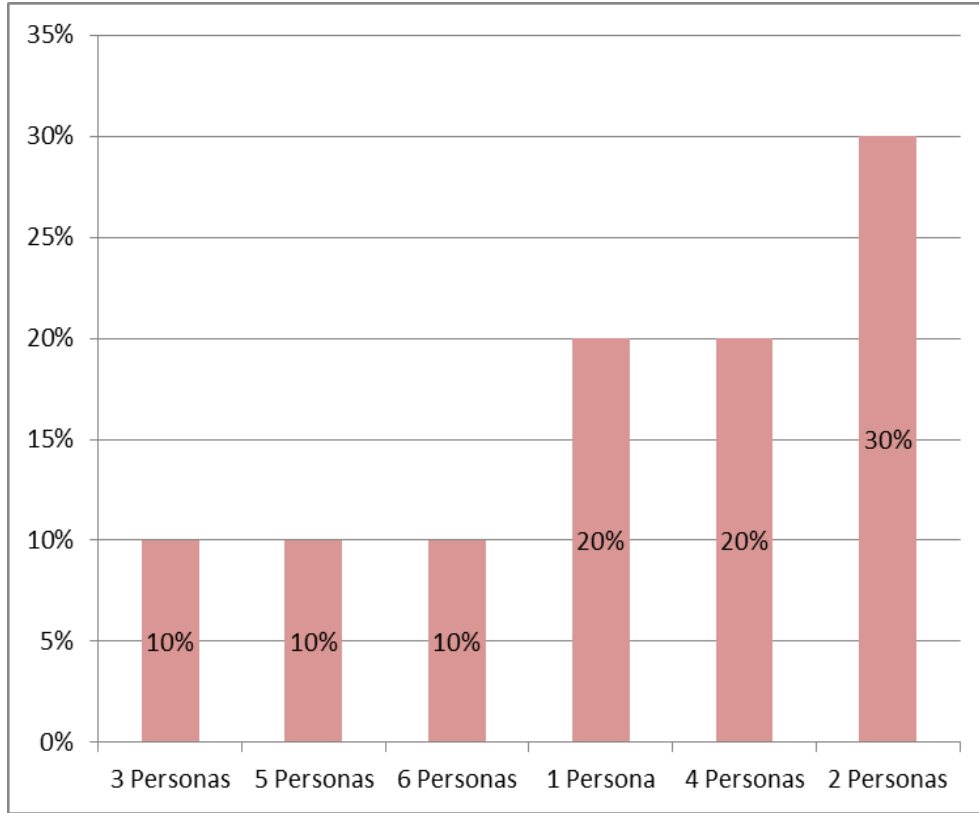


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Las instituciones encuestadas, en su mayoría fueron Privadas con un 80% de la población equivalente a 8 personas, y el 20% fue de instituciones públicas con 2 personas encuestadas.

2. Cuántos comunicadores sociales trabajan dentro de la empresa?

Gráfica#2

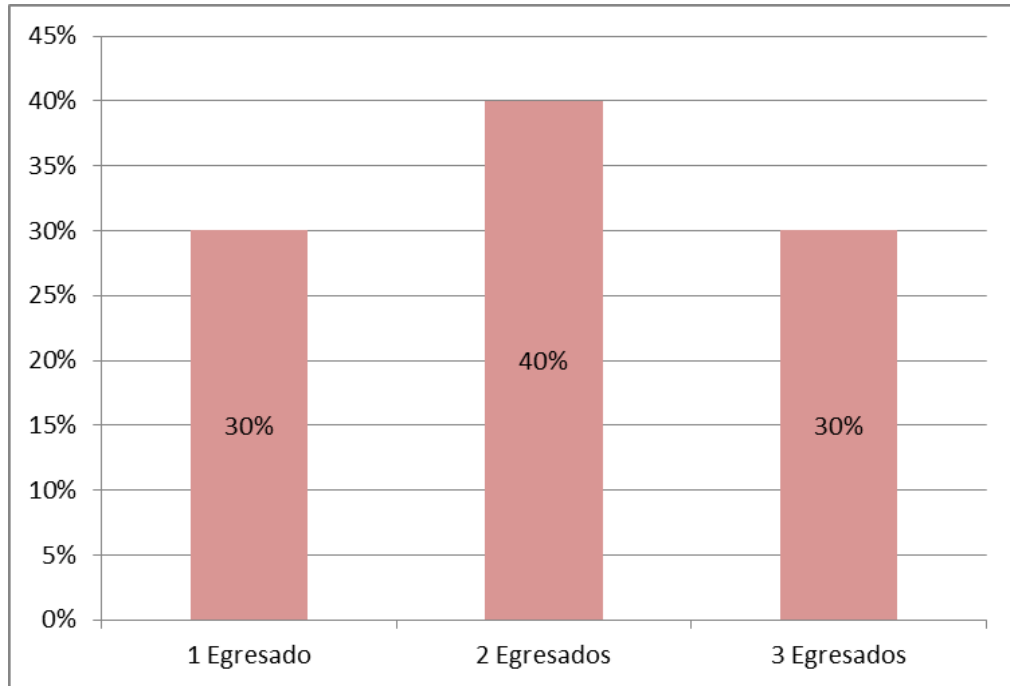


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Es importante hacer notar, que todos los empleadores encuestados tienen al menos un Comunicador Social dentro de su planilla laboral, y sorprendentemente, una empresa dijo tener seis Comunicadores, lo cual demuestra que la incidencia que tiene la iniciativa privada en el país es importante, al dar empleo a los egresados de la E.C.C. de la USAC.

3. Cuantos egresados de la USAC?

Gráfica# 3

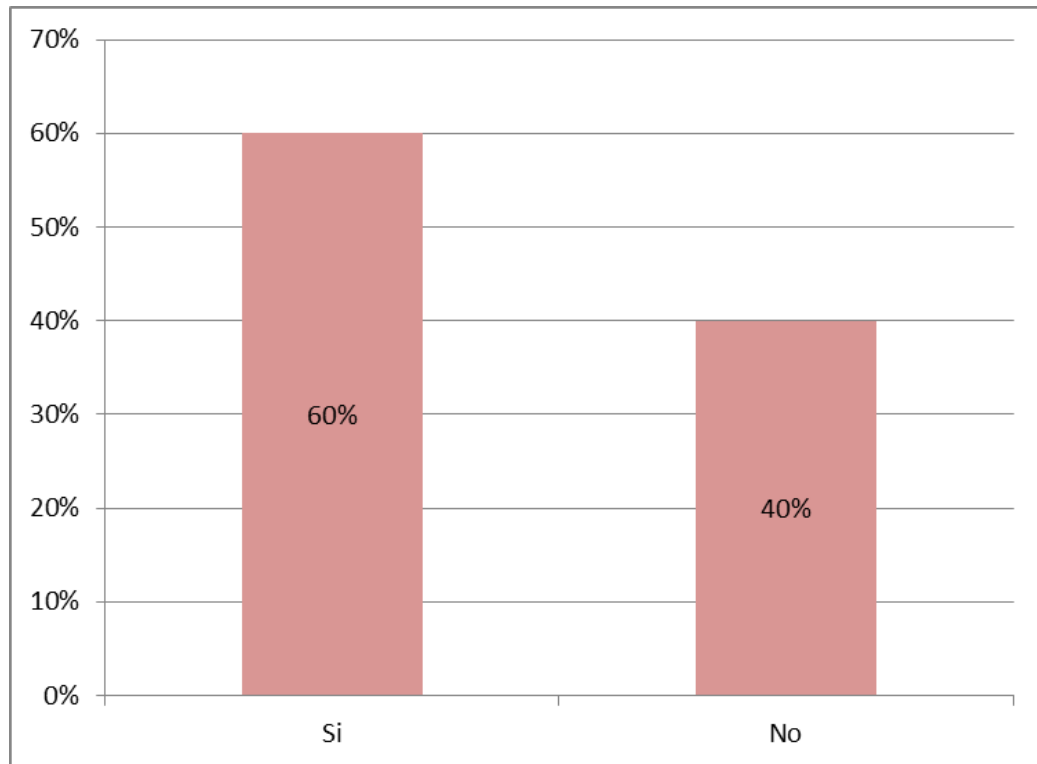


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

De las diez empresas encuestadas, todas poseen egresados de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, varias de ellas poseen egresados de otras universidades del país, pero para este estudio el enfoque es la Universidad de San Carlos, para poder determinar el perfil de egreso que poseen los estudiantes de dicho centro de estudios.

4. Encuentra diferencia entre los Comunicadores Sociales graduados y no graduados?

Gráfica #4

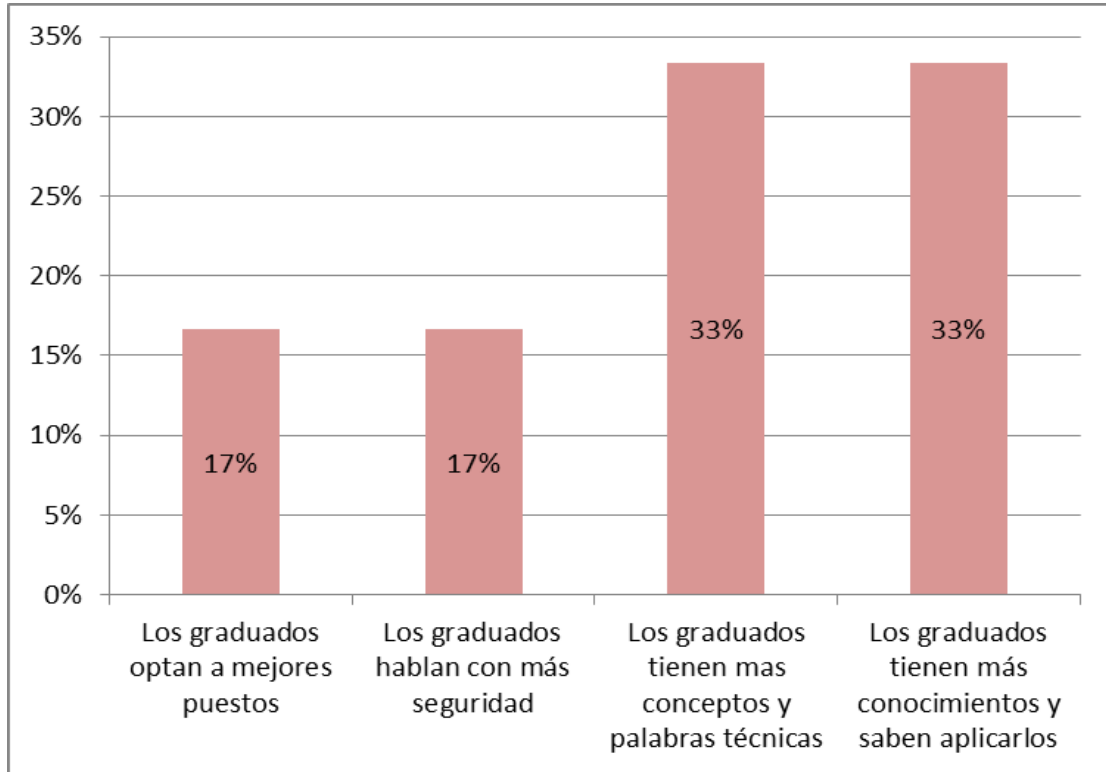


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Al consultar a los empleadores, si encontraban diferencia entre los comunicadores sociales graduados y no graduados el 60% de los encuestados contestó que SI , y el 40% contestaron que NO.

5. Si contestó Si, cual es la diferencia?

Gráfica#5

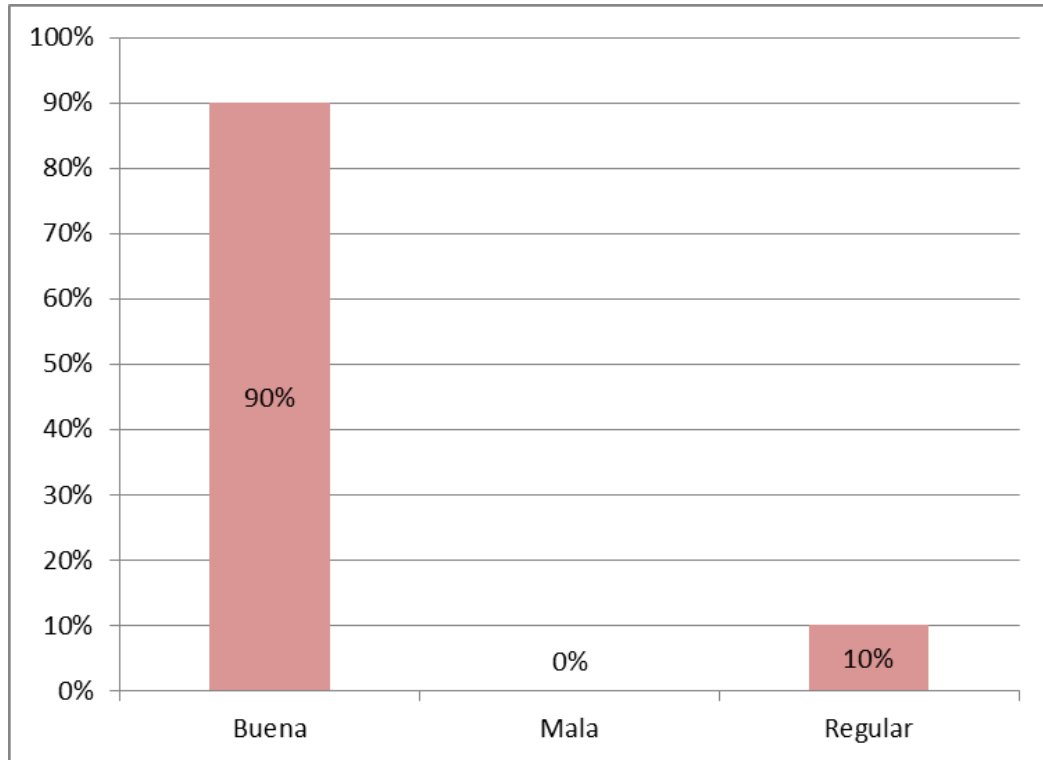


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Según el criterio empresarial, los egresados tienen algunas cualidades o habilidades que no tienen los no graduados, como más conocimientos y saben aplicarlos, más conceptos y palabras técnicas, poseen mayor seguridad al hablar y optan a mejores puestos.

6. Como ha sido su experiencia al contratar a Egresados profesionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

Gráfica#6

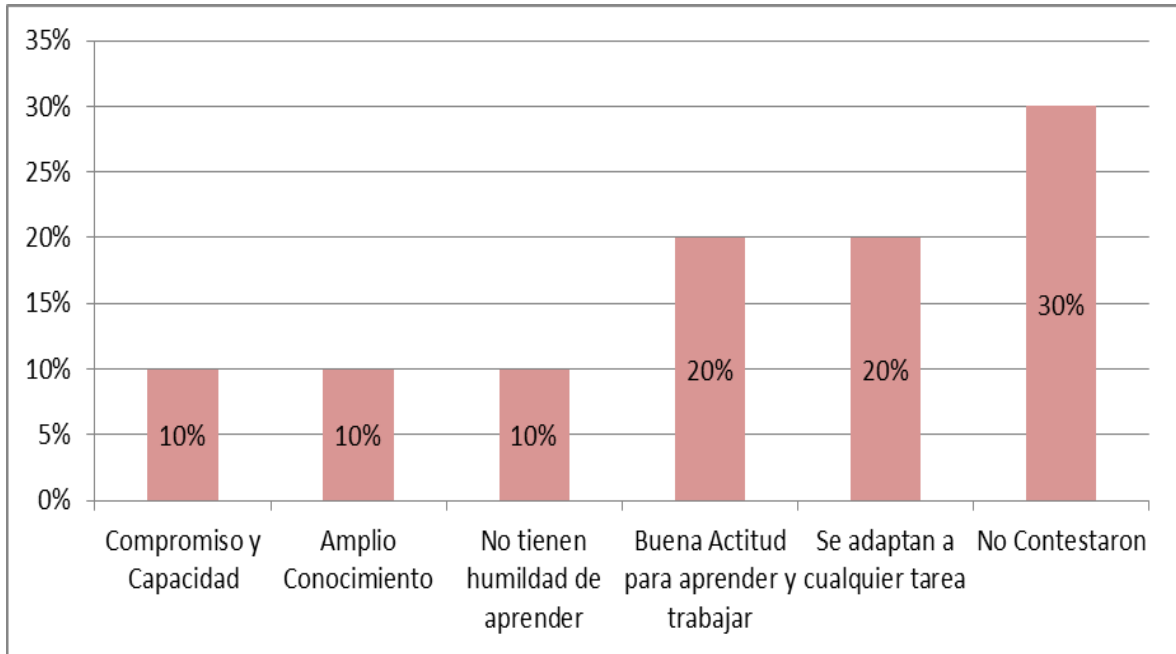


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

A pesar de las deficiencias que los egresados dicen tener porque la Universidad de San Carlos de Guatemala no los formó bien, la experiencia que los empleadores dicen tener al contratar egresados ha sido buena.

7. Porque?

Gráfica# 7

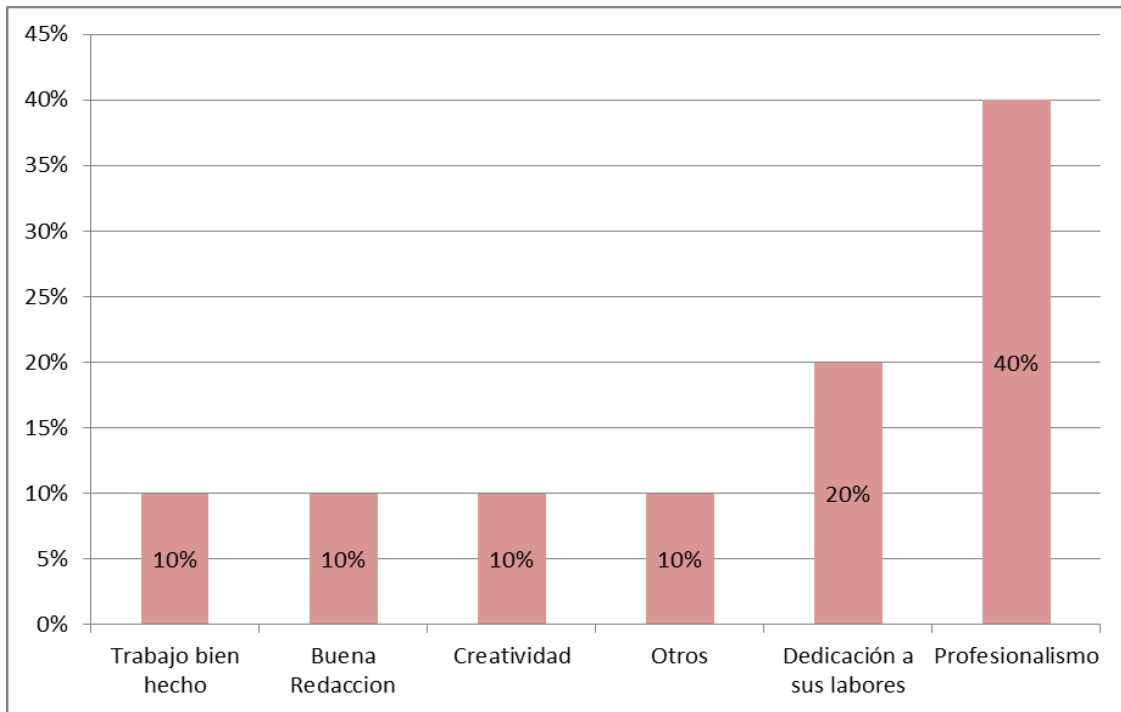


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

A los empleadores encuestados, se les preguntó porque de su respuesta anterior respecto a como ha sido su experiencia en la contratación de egresados de la ECC de la USAC, a lo que ellos contestaron positivamente: que los egresados se adaptan a cualquier tarea y poseen buena actitud para aprender y trabajar.

8. ¿Que beneficios ha obtenido al contratar comunicadores sociales egresados de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

Gráfica#8

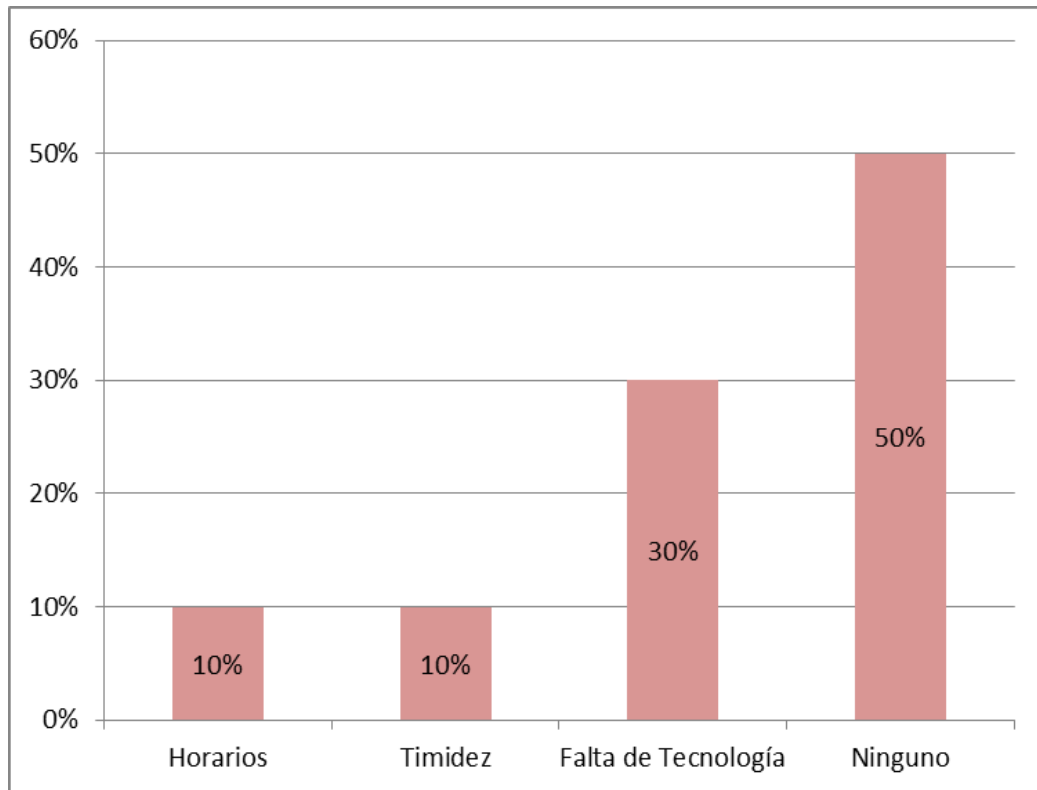


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Respecto a los beneficios obtenidos al contratar egresados de ECC de la USAC, los egresados respondieron lo siguiente: que el profesionalismo prevalece con un porcentaje mayoritario del 40%.

9. ¿Que inconvenientes ha tenido al contratar profesionales egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

Gráfica#9

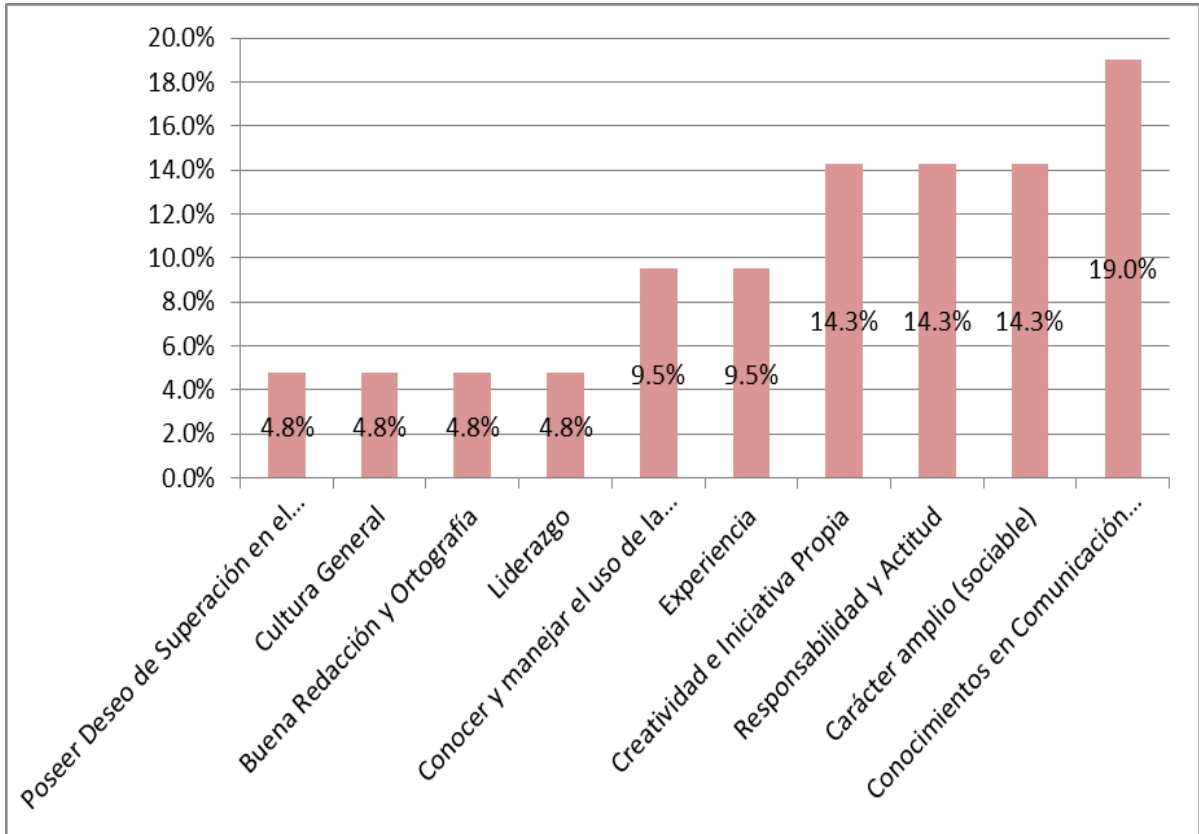


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

En cuanto a inconvenientes obtenidos con egresados de la ECC de la USAC, los empleadores contestaron en su mayoría 50% que ningún inconveniente, y en segundo lugar la falta de tecnología.

10. ¿Que aspectos son importantes para usted al contratar a un Comunicador social (Licenciado en ciencias de la comunicación)?

Gráfica#10

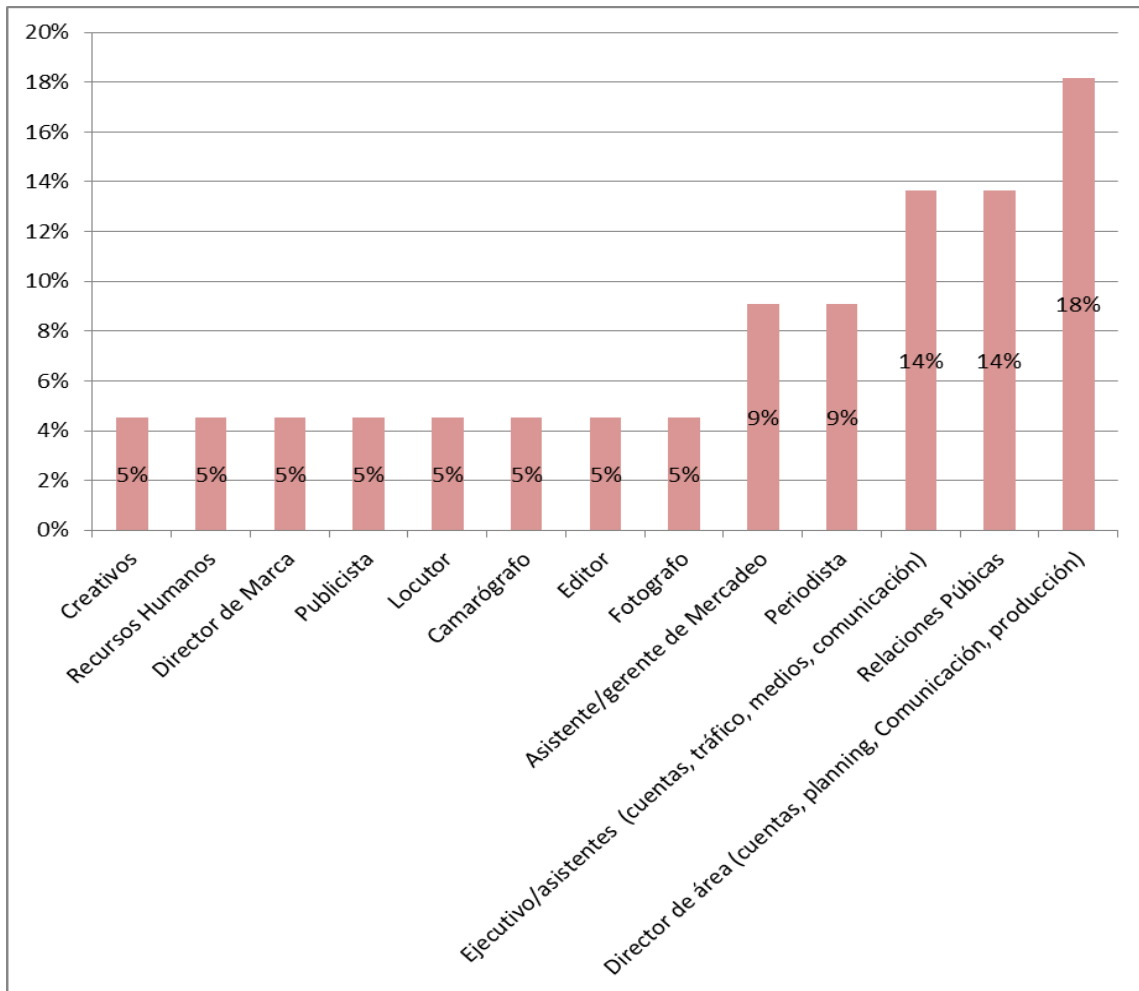


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

En cuanto a los aspectos más importantes para los empleadores al contratar a un Comunicador Social, contestaron que lo mas importante es que el egresado tenga conocimientos en comunicación con el 19%, que tenga creatividad, iniciativa propia, responsabilidad , actituda, y que posea un carácter amplio , todos ellos fueron seleccionados en iguales porcentajes del 14.3%.

11. ¿Qué cargos o puestos existen dentro de la empresa a los que puede optar un egresado de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica#11

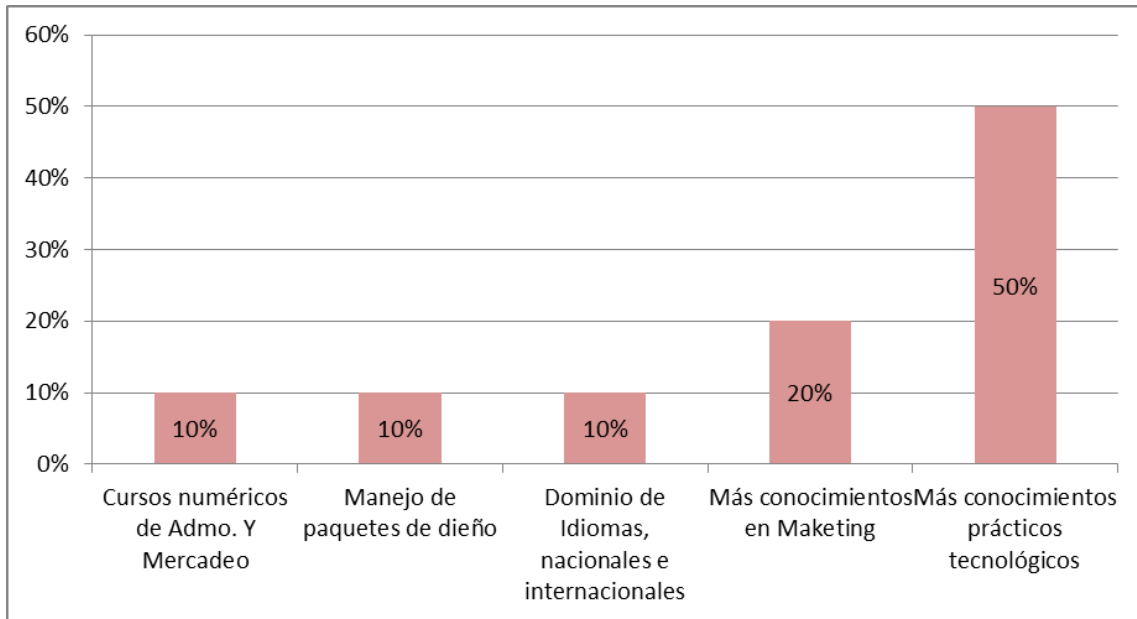


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Los puestos/cargos existentes dentro de las empresas a los que puede optar un egresado en Ciencias de la Comunicación según respuesta de empleadores podemos mencionar los siguientes: con mayor porcentaje fueron Director de Área en cuentas, planning, Comunicación, producción 18%, y los relacionistas públicos y Ejecutivos asistentes con un 14%.

12. Que mejoraría del Egresado en Ciencias de la Comunicación para obtener un mejor desempeño ?

Gráfica# 12

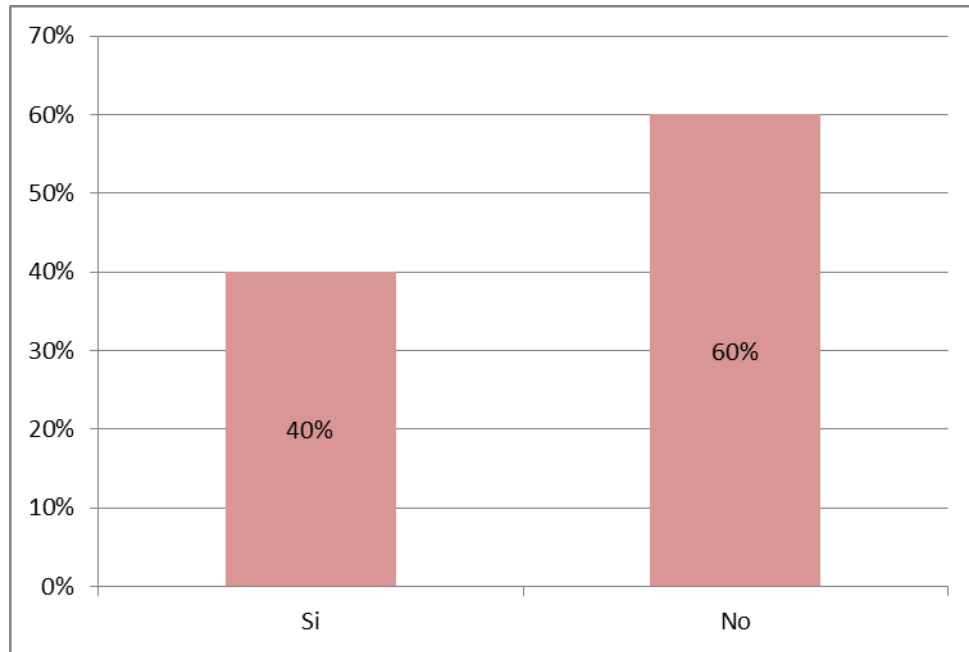


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Para la obtención de un mejor desempeño, los empleadores comentaron que mejorarían las áreas de conocimientos prácticos tecnológicos con un 50%.

13. Brinda la empresa algún tipo de capacitación a los Comunicadores Sociales cuando comienzan a laborar con ustedes?

Gráfica#13

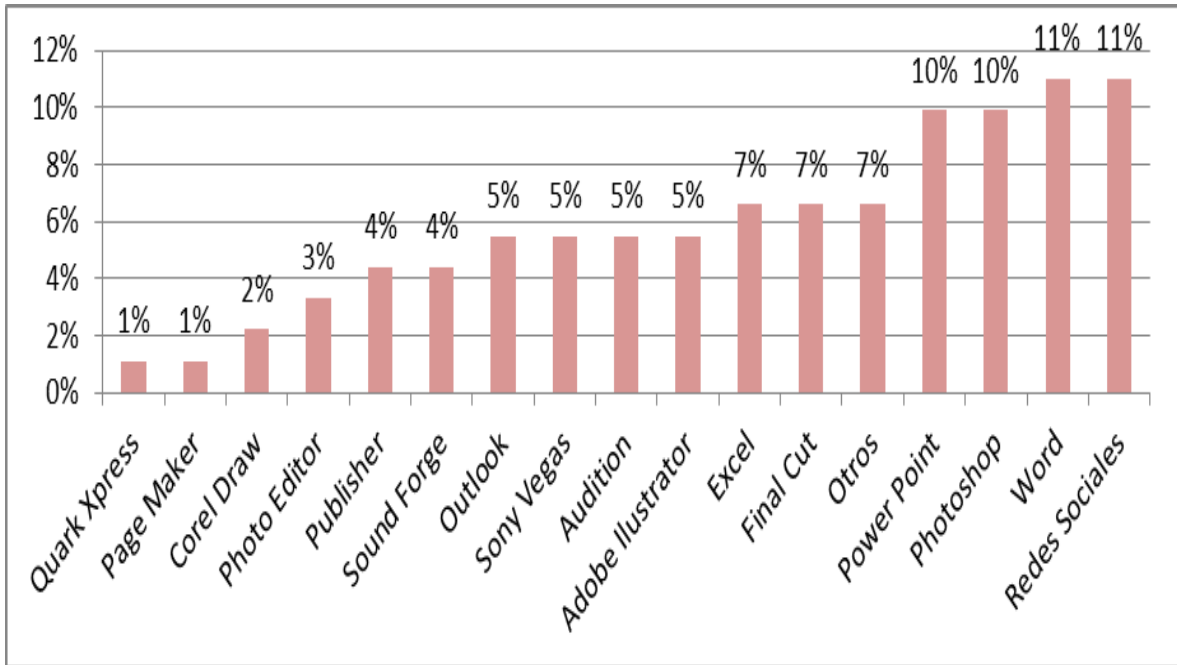


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Al preguntar si la empresa brinda algún tipo de capacitación a los empleados al momento de ingresar a laborar con ellos, el 40% respondió que Si, mientras que el 60% contestó que No, al parecer esperan mucho de las Universidades porque suponen que ellas les dan las bases necesarias.

14. En computación que programas debe manejar?

Gráfica# 14

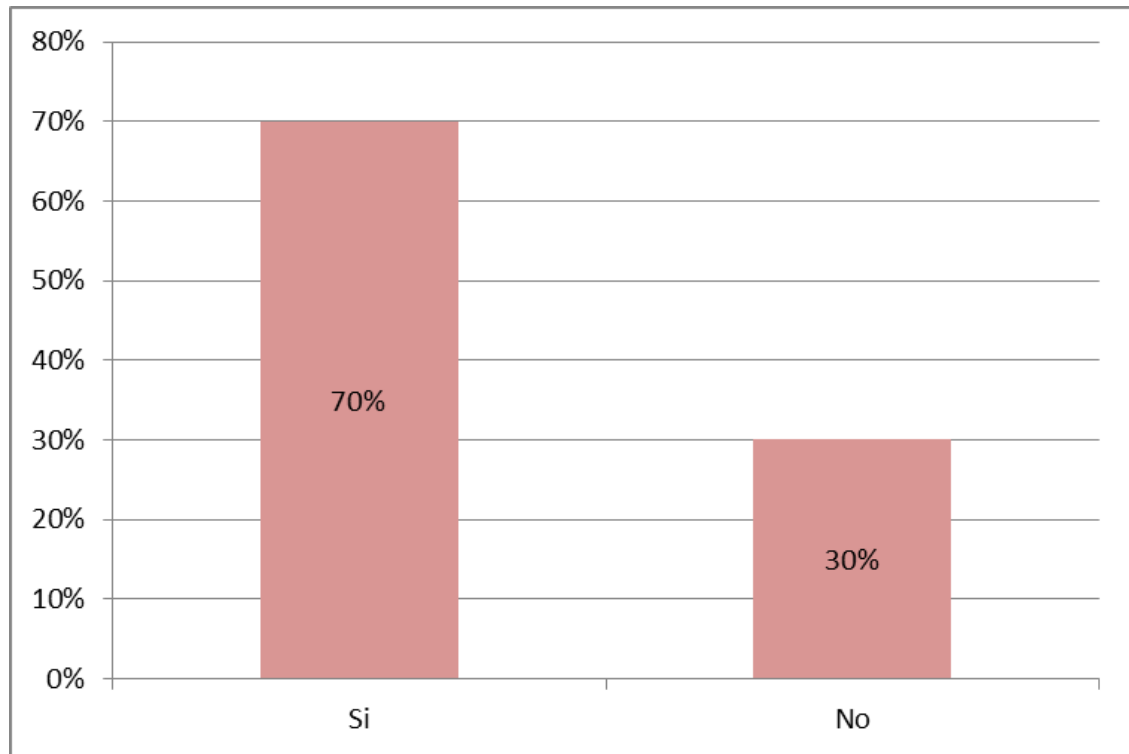


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Los empleadores encuestados opinan que de los programas de computación que un comunicador social debe manejar en mayor porcentaje aparecen las Redes Sociales y el uso de Word.

15. ¿Es necesario que hable otro idioma?

Gráfica# 15

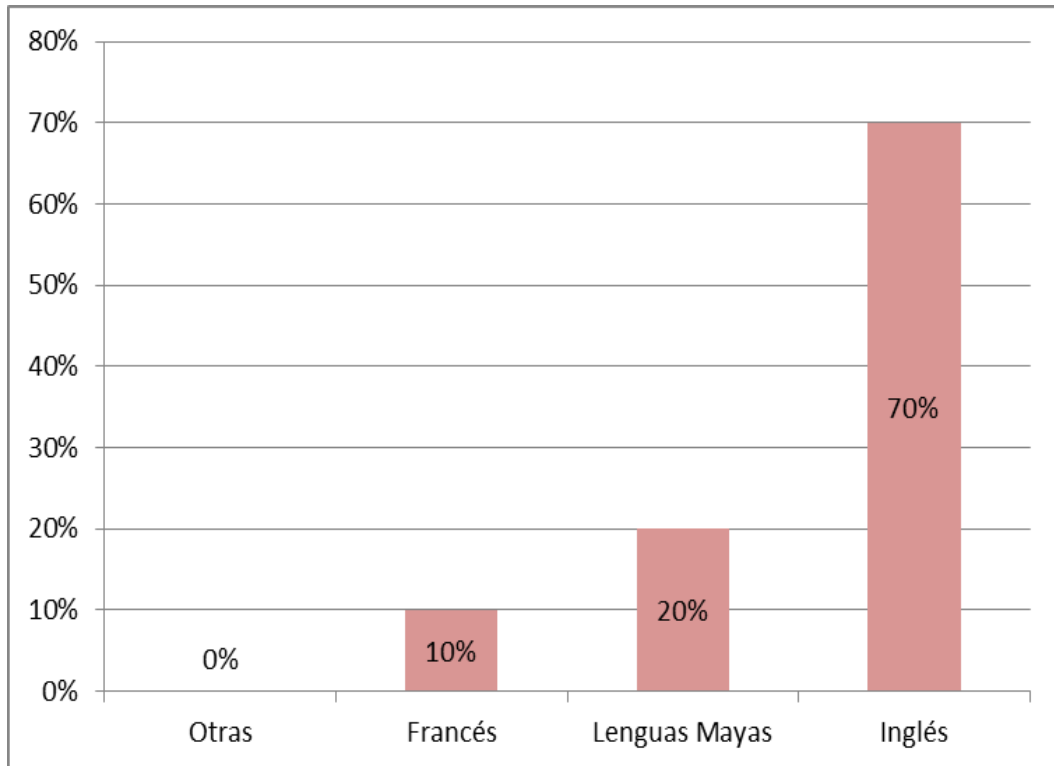


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Del 100% de los empleadores encuestados, el 70% dijo que es necesario que el egresado hable otros idiomas.

16. Si su respuesta es si, que idiomas :

Gráfica# 16

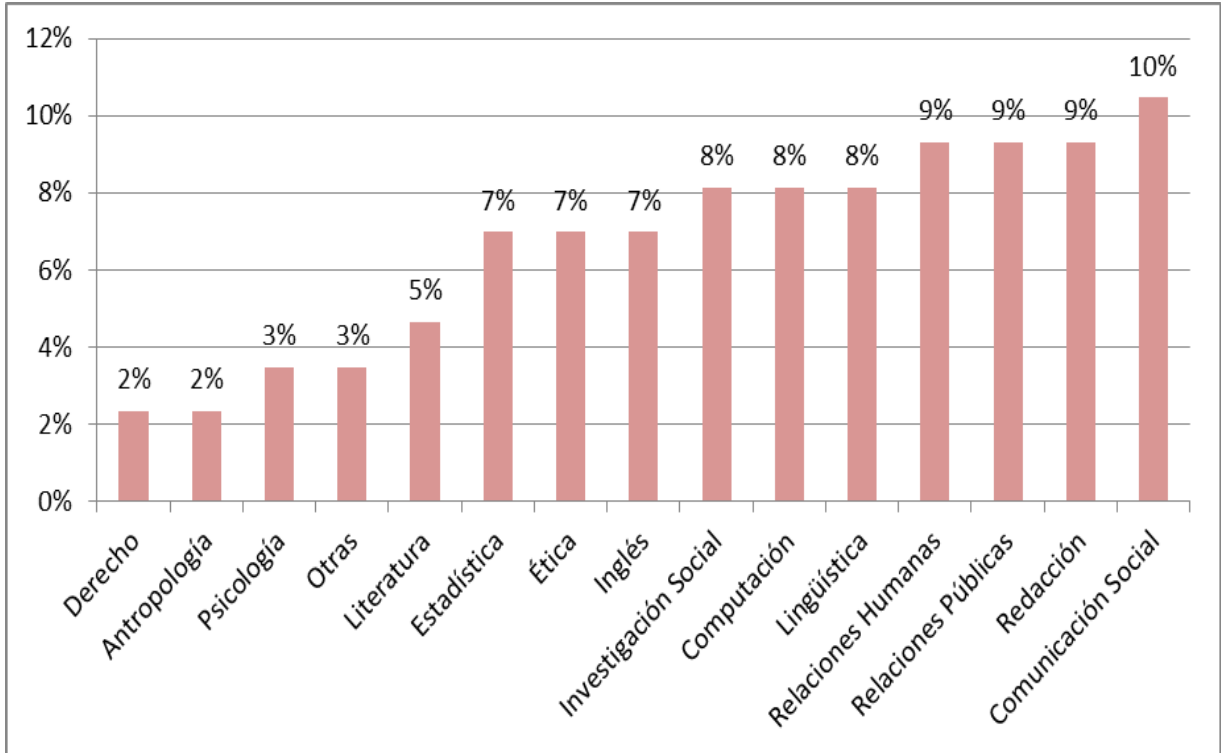


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

El idioma deseable que manejen los egresados según los empleadores fue el idioma Inglés con un 70% y las Lenguas Mayas con un 20%.

17. ¿Qué áreas de conocimiento especializado debe tener?

Gráfica# 17

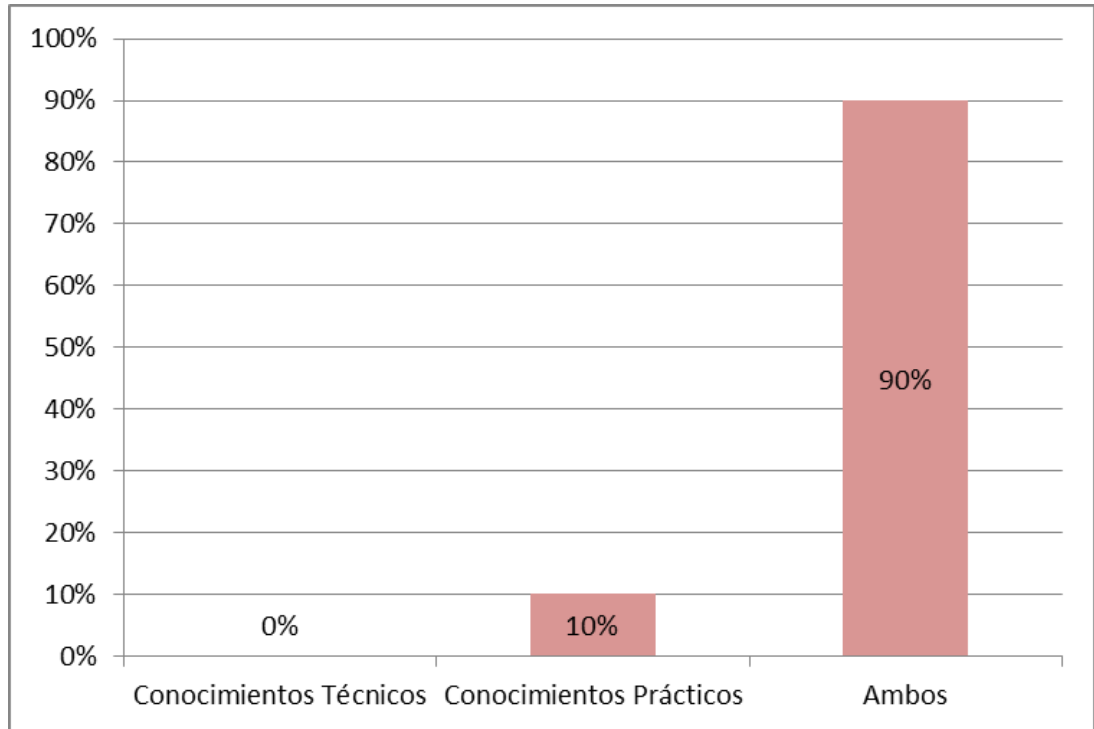


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Respecto al conocimiento especializado que debe tener el egresado, los empleadores contestaron con mayor porcentaje los siguientes: Comunicación Social, Redacción, Relaciones Humanas y Públicas, Lingüística, Computación e Investigación Social.

18. ¿Cuál de estas dos áreas de conocimiento cree usted es la más importante para el Comunicador Social?

Gráfica#18

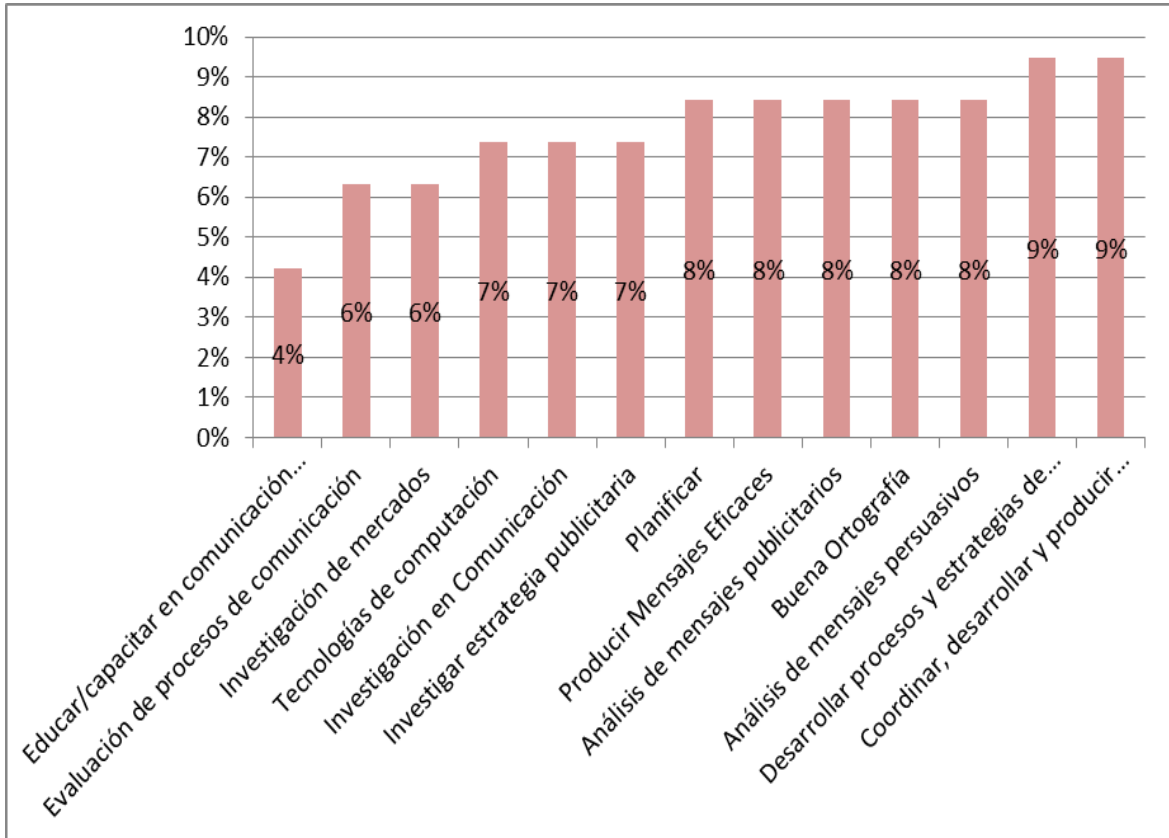


Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Respecto a las áreas del conocimiento, la mayoría de encuestados acordó que el comunicador social egresado de la USAC, debe tener tanto conocimientos técnicos, así como prácticos, ya que ambos son importantes en la formación del egresado.

19. Cuál de las siguientes funciones/actividades considera elementales que el Comunicador Social sepa realizar?

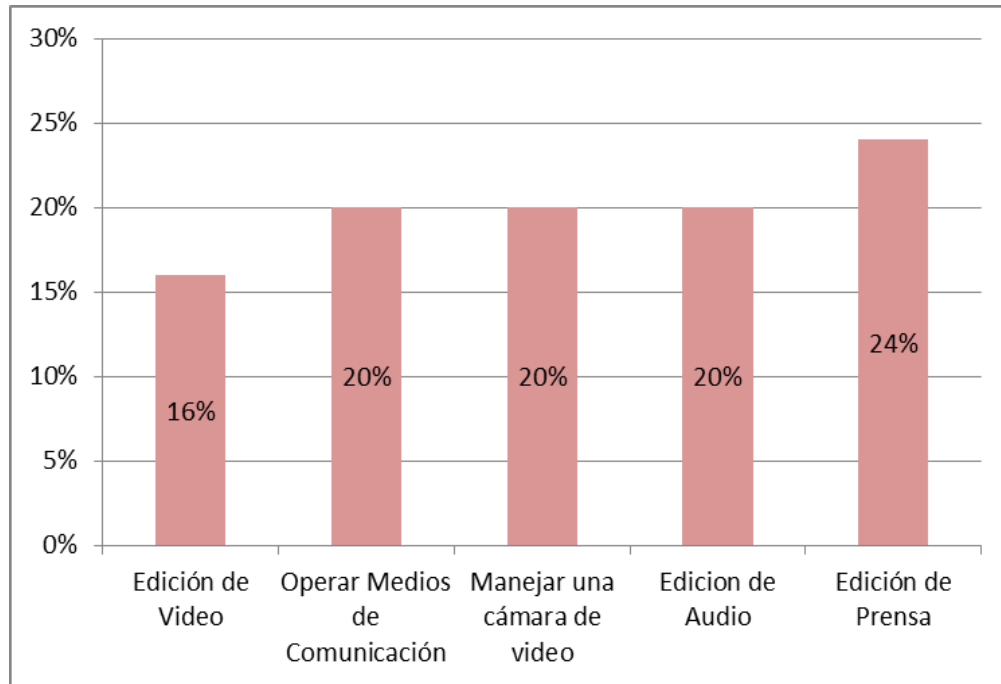
Gráfica# 19.1
Conocimientos Elementales



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Desde el punto de vista del empleador los conocimientos elementales que el egresado de la E.C.C de la USAC debe saber realizar son: Coordinar, desarrollar y producir materiales informativos y comunicativos, Desarrollar procesos y estrategias de comunicación, Análisis de mensajes persuasivos, Buena ortografía, Análisis de mensajes publicitarios, Producir mensajes eficaces y Planificar.

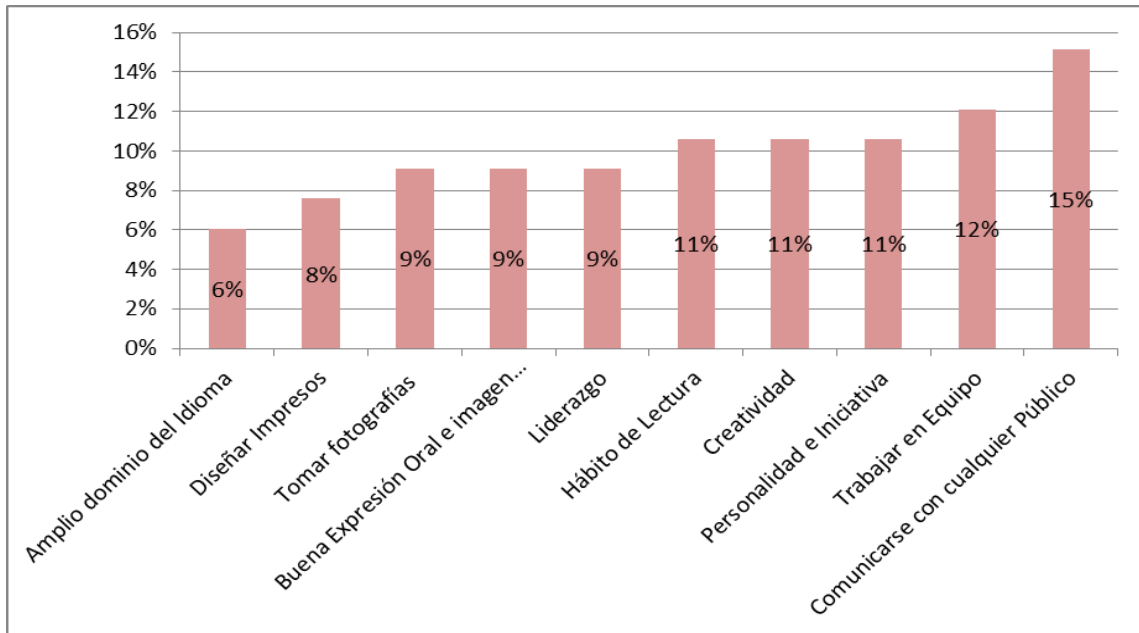
Gráfica# 19.2
Destrezas Elementales



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

En cuanto a las destrezas elementales que el egresado debe saber realizar desde el punto de vista del empleador predominan: Edición de prensa, Edición de Audio, Manejar una Cámara de video y operar medios de Comunicación.

Gráfica# 19.3
Habilidades Elementales



Gráfica Personal por: Leslie Hernández

Las habilidades elementales para un egresado según los empleadores es que se sepan Comunicar con cualquier público, Que sepan trabajar en equipo, que tengan Personalidad e iniciativa, que posean creatividad, y que posean un buen hábito de lectura.

4.2 Entrevista a autoridades de la Reestructuración Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**Licenciado César Urizar, Coordinador Académico
Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de
San Carlos de Guatemala**

La entrevista se realizó con el propósito de obtener opinión al respecto del tema investigado, el Licenciado Urizar dio a conocer que lleva trabajando en la Comisión de Reestructura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación dos años, tiempo en el cual ha desempeñado el cargo de Coordinador de la Comisión de la Reestructuración Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La función principal de dicha Comisión es realizar acciones para acreditar la Escuela de Ciencias de la Comunicación, buscando la acreditación Centroamericana. Se orientan y coordinan los procesos que se promuevan y ejecutan en pro del mejoramiento de las carreras de la Escuela. La comisión está conformada por las siguientes personas: un jefe nombrado por el Consejo Directivo de la Escuela, los recursos humanos y materiales que se requieren dependiendo del volumen de trabajo, aunque también se prevé la participación de especialistas de carreras técnicas, especialistas de licenciatura y graduandos de las Maestrías.

Al consultar al Lic. Urizar si se tiene planificado presentar una nueva propuesta de Cambio de Curriculum para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, nos comentó que por el momento no se ve perspectiva de un cambio curricular en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, y si se presentara nuevamente deberá ser con argumentos y fundamentos que lo respalden, de esta forma podría ser aprobada. Dicha propuesta se encuentra en revisión actualmente.

CAPITULO V PROPUESTA DEL PERFIL DE EGRESO DEL COMUNICADOR SOCIAL

Se propone el siguiente perfil de egreso del Comunicador Social a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tomado en cuenta la demanda de los empleadores y el estudio realizado en esta investigación.

La propuesta se divide en las siguientes áreas: cognoscitiva, afectiva y psicomotriz, tomando en cuenta los resultados de esta investigación.

5.1 Perfil de Egreso sugerido a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Cuadro de las áreas cognoscitiva, afectiva y psicomotriz del Comunicador Soial		
COGNOSCITIVA	AFECTIVA	PSICOMOTRIZ
Funciones, conocimientos y responsabilidades	Cualidades, actitudes y características	Equipo básico que debe saber manejar
Poseer y aplicar los fundamentos epistemológicos, filosóficos y metodológicos en Ciencias de la Comunicación para realizar su trabajo profesional	Poseer el hábito de lectura.	Utilizar los recursos tecnológicos del momento para el desarrollo de la actividad profesional
Interpretar fenómenos sociales, procesarlos y comunicarlos a diferentes audiencias en forma escrita, en audio, visual y mixta.	Poseer Liderazgo	Operar medios de comunicación (edición de video, audio, prensa)
Poseer y dominar una buena ortografía y redacción	Poseer buenas relaciones Humanas y Públicas.	Manejar paquetes de diseño (Adobe, Photoshop)
Diseñar, ejecutar y evaluar investigaciones sociales para generar conocimientos en comunicación y ciencias afines.	Ser creativo	Manejar programas de computación (Redes Sociales, Word, Power Point, Excel, Final Cut, Outlook)
Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos en comunicación	Poseer buena expresión oral e imagen personal	
Poseer y aplicar conocimientos para interpretar la realidad nacional e internacional.	Seguridad de sí mismo	
Dominar el área tecnológica actual.	Buena actitud para aprender	
Desarrollar, ejecutar y evaluar procesos y estrategias de comunicación.	Profesionalismo	
Poseer y aplicar conocimientos de Marketing	Dedicación a sus labores y tareas	
Poseer y aplicar conocimientos Numéricos	Iniciativa Propia	
Dominar otros idiomas para expandir sus conocimientos en comunicación y ciencias afines a otros países.	Poseer compromiso y capacidad para desarrollar cualquier tarea	
Diseñar y ejecutar mensajes eficaces.	Responsabilidad y actitud	
Saber planificar	Poseer un carácter amplio y sociable	
Poseer conceptos y palabras técnicas	Capacidad de trabajar en equipo	

Fuente: elaboración propia con base en el estudio realizado en esta investigación

CONCLUSIONES

1. Se determinó el perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que los egresados ponen en práctica los conocimientos teóricos adquiridos, pero les hace falta habilidades y destrezas tecnológicas.
2. Se determinó que sí existe campo laboral para un egresado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala en Instituciones Públicas y empresas privadas.
3. Se estableció, según criterio de egresados que las destrezas Operar medios de Comunicación y Manejar una cámara de video, las habilidades Liderazgo y creatividad, y los conocimientos Investigación en Comunicación y Planificar son los más necesarios al culminar sus estudios y hacer su inserción al campo laboral.
4. Se propuso el perfil de egreso del Comunicador Social a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tomando en cuenta la demanda de los empleadores, y el estudio realizado en esta investigación.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las Autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, la revisión del plan y de los programas de estudio de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, tomando en cuenta el avance de la ciencia, la tecnología, las nuevas teorías y prácticas en el campo de la comunicación.
2. Se recomienda a las Autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, el apoyo para el Departamento de Reestructura y Desarrollo Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, proveyéndoles recursos humanos y materiales para realizar su trabajo y cumplir con las propuestas planteadas para el año 2012.
3. Se recomienda a los docentes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, capacitarse en el área tecnológica, práctica y de investigación, para mejorar el perfil de egreso.
4. Se recomienda a las personas del Departamento de Reestructura y Desarrollo Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación encargadas de la revisión del Perfil de Egreso del Comunicador Social de la E.C.C. considerar la propuesta sugerida en este trabajo de investigación e incluirla dentro de su revisión.
5. Para egresar con el Perfil propuesto anteriormente, se deben realizar cambios en el Currículo de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

BIBLIOGRAFIA

- Águila de Estrada, Dora Isabel. 2005. Actividades Lingüísticas Receptivas y su influencia en el desarrollo de las destrezas del lenguaje en estudiantes de primer ingreso a la universidad de San Carlos de Guatemala. Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y la Literatura. Universidad de San Carlos de Guatemala. 99 p.
- Aguirre, Jesús Maria. 1989. Que es la Comunicación. Caracas. Ediciones Paulinas. 62 p.
- Almirez Méndez, Olivia Lorena. 1992. Estudios sobre el desarrollo de las aptitudes relativa a la comunicación en estudiantes de trabajo social. Licenciada Trabajo Social. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 79 p.
- Ander-Egg, Ezequiel. 2005. Perfil del animador socio-cultural. Buenos Aires, Argentina. Grupo Editorial: Lumen Hvmánitas. 1ª ed. 117 p.
- Barillas Roldan, Glenda Odette. 2001. El Perfil del periodista profesional en los medios de comunicación escritos. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 72 p.
- Benito, Angel. 1991. Diccionario de Ciencias y Tecnicas de la Comunicación. España. Ediciones Paulinas.
- Bracamonte Cerón, Gustavo Adolfo. 1996. Comunicación Para El Cambio Social. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 96 p.
- Bradbury, Andrew. 2001. Desarrolle Sus Habilidades Con PNL (Programación Neuro- Lingüística). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A. 159 p.
- Caro Antonio y Elosua Marcelino. 2004. Diccionario LID Comunicación y Marketing Español – Inglés EE.UU. Ingles G.B. Madrid. Diccionarios Lid. 470 p.
- Catálogo de Estudios. 1996. Depto. de Registro y Estadística, Dirección General de Administración. USAC.
- Cerdá Michel, Alma Dea. 1991. El perfil profesional en la elaboración del Currículo. México: ENEP Zaragoza-UNAM.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Coxaj Lopez, Rudy Armando. 2003. Perfil del director de radio en una corporación. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 124 p.
- Días Méndez, Ruth Noemí. 1990. El Desempleo en Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 75 p.
- Díaz Barriga, Ángel. 1990. Ensayos sobre la Problemática Curricular. México, D.F. Editorial Calypso
- Dorsch, Friedrich. 1985. Diccionario de Psicología. Barcelona España, editorial HERDER . 1030 p.
- Etto Guadalupe, 1998. *El lado humano de la comunicación on line*. En Revista MEDIACIONES N° 01 Universidad Federico Villareal, Octubre Lima.
- Etto Guadalupe. 2000. Crisis de paradigmas: Impacto en el contexto de la comunicación. Perú. s.p.
- Flores de Gortari, Sergio y Orozco Gutiérrez, Emiliano. 1979. Hacia una Comunicación Administrativa Integral. México: Editorial Trillas. 345 p.
- Fuentes, Miguel. 1994. Tecnologías Sociales Relaciones Publicas y Comunicación Organizacional. Ediciones Zenit Arequipa. s.p.
- Gamboa, Ingrid. 1993. Una conversación acerca de currículo. Guatemala. Colección Programa EDUSAC. Área educación. E-5. 152 p.
- Gámez Colindres, Wendy Nohemí. 2006. Estudio de demandas profesionales y mercado ocupacional de los egresados de publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 80 p.
- García Lemus, Fredy Hermogenes. 2008. Perfil Ocupacional del Locutor Deportivo en las Radios deportivas de la ciudad de Guatemala. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 61 p.
- Guedez, Víctor. 1992. Lineamientos teóricos para la definición de perfiles profesionales. Costa Rica: Universidad de Costa Rica. Vice rectoría de Docencia. Centro de Evaluación Académica

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Guzmán Ixtupe, Soraida Lorena. 1999. El Perfil del Publicista Profesional que Egresará de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus posibilidades de desempeño en una Agencia de Publicidad en Guatemala. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 116 p.
- Hernández Catalán, Thelma. 1996. Perfil del Estudiante de Primer Ingreso. Facultad de Arquitectura USAC F(14). 31 p.
- Hernández Catalán, Thelma Azucena. 1996. Perfil del estudiante de primer ingreso. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 30 p.
- Hernández Catalán, Thelma. 1996. Perfil del Estudiante de Primer Ingreso. Facultad de Ciencias Económicas USAC F(15). 31 p.
- Hernández Catalán, Thelma. 1996. Perfil del Estudiante de Primer Ingreso. Facultad de Ingeniería USAC F(19). 31 p.
- Hernández Catalán, Thelma. 1996. Perfil del Estudiante de Primer Ingreso. Facultad de Odontología. USAC F(21) 30 p.
- Interiano, Carlos. 2003. Semiología y Comunicación. Guatemala: Editorial Estudiantil Fénix. 186 p.
- Juárez, Miguel Ángel, Guatemala 20 de Febrero 2012.
- Lafourcade, Pedro. D. 1983. Propuesta sobre planes de formación docente e investigaciones sobre habilidades y disposiciones de los maestros observados en el aula. Argentina. Editorial San Jose.
- Martínez Castro, María Estela. 2006. Las competencias en el profesional de la comunicación. Universidad de Guadalajara, México
- Mertens, Leonard. 1996. Competencia laboral: sistemas, surgimiento y modelos. Montevideo: Centro Interamericano de Investigación y Documentación sobre Formación Profesional (Cinterfor) / Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Mérida Gonzales, Aracelly Krisanda. 2011. Guía Para Elaborar y presentar la tesis. Guatemala: s.e. 74 p.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Mérida Gonzales, Aracelly Krisanda. 2009. Búsqueda Bibliográfica. Redacción de referencia y citas dentro del texto. Guatemala. s.e. 45 p.
- Mijangos, Juan Pablo. 2011. Conoce tu Vocación y hazte productivo. Publinews. Guatemala, mar 14. p.11
- Monarth, Harrison y Kase Larina. 2008. Desarrolle sus habilidades de comunicación. México: McGraw-Hill. 322 p.
- Morales Tello, Erick Antonio. 2005. Los problemas sociales y los niveles de depresión Generados por el Desempleo. Psicólogo. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 92 p.
- Pacheco Diéguez, Pablo Alberto. 2003. Los retos del comunicador ante la globalización. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala. Universidad San Carlos de Guatemala. 107 p.
- Pellecer Barraza, Lucy Marlene. 1998. Propuesta del Perfil Profesional del Comunicador Organizacional Externo para el Sector Publico. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 79 p.
- Prieto Castillo, Daniel. 1988. Diseño curricular para Escuelas de Comunicación. Digraf. Ecuador.
- Roca, Silvia A Y G. Orozco, J. Andrade. 1998. Comunicación Armónica. Bogotá Colombia, Editorial El Cid, SA.
- Ruano Barillas, Ana Marcela. 2007. Diseño de los Manuales de Procedimientos y descripción de puestos, de las unidades de comunicación social, asesoría jurídica, administración financiera y subdirección administrativa del Ministerio de Energía y Minas. Ingeniera Mecánica Industrial. Guatemala, Guatemala .Universidad de San Carlos de Guatemala. 345 p.
- Ruch, Floyd L. 1971. Psicología y Vida. Mexico. Trillas.
- Saban Nuñez, Carlos David. 2007. El rendimiento estudiantil de la escuela de vacaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el periodo 2000-2004. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 106 p.
- Sánchez Hidalgo, Efrain. 1954. Psicología Educativa. Mexico. Editorial CVLTVRA, T.G. S.A . 818 p.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

- Segura Morales, Ana Ligia. 1995. Expectativas laborales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, de las diferentes universidades del país / Ana Ligia Segura Morales. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 86 p.
- Teichler, Ulrich. 2005. Graduados y empleo: Investigación, metodología, y resultados. Buenos Aires, Argentina: Editorial Miño y Dávila. 300 p.
- Teichler, Ulrich, 1997. Graduate Employment: Challenges for Higher Education in the Twenty-first country, en: Higher Education in Europe, Vol. XXII, No. 1, UNESCO, pp.75-84n traducido por Cora Bunster
- Torres García, Ingrid Marisol. 2009. El plan de estudios de la carrera de locutor profesional, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y su relación con las necesidades actuales de los estudiantes y egresados. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. 106 p.
- Universidad de San Carlos de Guatemala. Instituto de Investigaciones y Mejoramiento Educativo IIME. Guatemala. 1994. Perfil de Ingreso de los estudiantes en relación con las expectativas de la Universidad de San Carlos de Guatemala. s.e. 145 p.
- Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. 2004. Comunicación, Semiología del mensaje oculto. 5ta. Ed. Eidos Ediciones. 131 p.
- Venegas Linguithy, Yhobany. 2001 Nuevo Perfil del Comunicador Social en el Perú de Cara a los Desafíos del Nuevo Milenio. Peru. s.p.
- Vocabulario de Términos de Comunicación Social. 1997. Colombia. Consejo Episcopal Latinoamericano. 392 p.

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

E-GRAFÍAS:

- Carrillo, Sonia Luz. (6 de septiembre de 2006) “De que es responsable el comunicador social”. Obtenido el 12 de febrero de 2011 en <http://hablasonialuz.wordpress.com/2006/09/06/%C2%BFde-que-es-responsable-el-comunicador-social/>
- Cuchillo, Veronica. (2009). El Perfil del Comunicador Social. Obtenido el 29 de Junio de 2011 en http://issuu.com/veronicacuchillo/docs/el_perfil_del_comunicador_social
- <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/empleador>
- [www. Definicion.org.](http://www.Definicion.org)
- Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad San Carlos de Guatemala. Consulta realizada 01 de febrero de 2011 en http://comunicacion.usac.edu.gt/?page_id=519
- Marsellach Umbert, Gloria. Comunicación y Habilidades Sociales. Obtenido el 23 de Marzo de 2011 en <http://uqt-aena.galeon.com/comunicacion.html>
- Rocha Silva, Maria Alejandra (2001, Diciembre-2001 Enero). Habilidades y conocimientos necesarios para que el comunicador pueda sobrevivir en una sociedad globalizada. Razon y Palabra. No. 24. Obtenido el 15 de Abril de 2011) en http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_arochoa.html
- Soto, Lauro. Habilidades del Comunicador Eficaz. Ensenada, BC México. Obtenido el 15 de julio de 2011 en <http://www.mitecnologico.com/ie/Main/HabilidadesDelComunicadorEficaz>
- Si estudio Comunicación Social, no, no es periodismo, es Comunicación Social. 10-11-2008. Foro: De que trabaja un Comunicador Social? Obtenido el 14 de abril del 2011 en: <https://www.facebook.com/topic.php?uid=41684020632&topic=6773>
- Universidad de San Carlos de Guatemala. Consulta realizada 01 marzo del 2011 en www.usac.edu.gt

ENTREVISTA

- Lic. César Urizar, coordinador académico Universidad San Carlos de Guatemala. Entrevista efectuada el 30 de enero de 2012

ANEXOS

ANEXO I Cuestionario de Entrevista.



CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA

A autoridades de la Reestructuración Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1. Cuanto tiempo lleva trabajando en la Comisión de reestructura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
2. Que cargo tiene dentro de la comisión?
- 3.Cuál es la función de la Comisión?
4. Quienes conforman la Comisión?
5. Se tiene planificado presentar una nueva propuesta de Cambio de Curriculum para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación?

ANEXO II Encuesta a Empleadores.



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

CUESTIONARIO A EMPLEADORES DE COMUNICADORES SOCIALES.

Como parte de la tesis de grado “Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus expectativas laborales” se está realizando este estudio, con el objetivo de investigar la opinión de los empleadores respecto a las características que debe poseer el Comunicador Social para su inserción laboral. También se tiene interés en identificar el perfil del egresado, en lo correspondiente a formación, requerido para un óptimo desempeño profesional.

La opinión de directivos y profesionales como usted, es de gran valor.

A continuación se le presenta una serie de preguntas de respuesta cerrada y de respuesta abierta, las cuales deberá responder marcando una “X” en el espacio correspondiente. En las preguntas de respuesta cerrada, se solicita de la manera más atenta, marque la opción que considere contesta a la pregunta formulada y responda de manera breve a las preguntas abiertas.

DATOS GENERALES

Nombre de la Empresa _____

Institución Pública

Institución Privada

Cargo que

desempeña: _____

Profesión: _____

1. Cuantos comunicadores sociales trabajan dentro de la empresa? _____

2. Cuantos egresados de la USAC? _____

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

3. Encuentra diferencia entre los Comunicadores Sociales graduados y no graduados?

SI NO

Si contesto Si, cual es la diferencia?

4. Como ha sido su experiencia al contratar a Egresados profesionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

BUENA MALA REGULAR

Porqué? _____

5. ¿Que beneficios ha obtenido al contratar comunicadores sociales egresados de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

6. ¿Que inconvenientes ha tenido al contratar profesionales egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

7. ¿Que aspectos son importantes para usted al contratar a un Comunicador social (Licenciado en ciencias de la comunicación)?

8. ¿Que cargos o puestos existen dentro de la empresa a los que puede optar un egresado de Ciencias de la Comunicación

9. Que mejoraría del Egresado en Ciencias de la Comunicación para obtener un mejor desempeño ?

10. Brinda la empresa algun tipo de capacitación a los Comunicadores Sociales cuando comienzan a laborar con ustedes?

SI NO

11. En computacion que programas debe manejar?

Word	<input type="checkbox"/>	Excel	<input type="checkbox"/>
Power Point	<input type="checkbox"/>	Photo Editor	<input type="checkbox"/>
Publisher	<input type="checkbox"/>	Photoshop	<input type="checkbox"/>
Corel Draw	<input type="checkbox"/>	Page Maker	<input type="checkbox"/>
Outlook	<input type="checkbox"/>	Final Cut	<input type="checkbox"/>
Sony Vegas	<input type="checkbox"/>	Audition	<input type="checkbox"/>
Sound Forge	<input type="checkbox"/>	Adobe Ilustrator	<input type="checkbox"/>
Quark Xpress	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales	<input type="checkbox"/>

Algun otro especifique _____

12. ¿Es necesario que hable otro idioma?

SI NO

Si su respuesta es si, que idiomas :

Ingles

Lenguas Mayas

Frances

Otras especifique: _____

13. ¿Qué áreas de conocimiento especializado debe tener?

Relaciones Humanas	<input type="checkbox"/>	Comunicación Social	<input type="checkbox"/>
Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>	Antropología	<input type="checkbox"/>
Estadística	<input type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>
Psicología	<input type="checkbox"/>	Lingüística	<input type="checkbox"/>
Investigación Social	<input type="checkbox"/>	Ética	<input type="checkbox"/>
Derecho	<input type="checkbox"/>	Redacción	<input type="checkbox"/>
Literatura	<input type="checkbox"/>	Inglés	<input type="checkbox"/>

Alguna otra, especifique: _____

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

14. ¿Cuál de estas dos áreas de conocimiento cree usted es la más importante para el Comunicador Social?

- CONOCIMIENTOS TÉCNICOS
 CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS
 AMBOS

15. Cuál de las siguientes funciones/actividades considera elementales que el Comunicador Social sepa realizar?

Planificar	<input type="checkbox"/>	Manejar una cámara de video	<input type="checkbox"/>
Producir Mensajes Eficaces	<input type="checkbox"/>	Tecnologías de computación	<input type="checkbox"/>
Comunicarse con cualquier público	<input type="checkbox"/>	Investigación en Comunicación	<input type="checkbox"/>
Operar medios de comunicación	<input type="checkbox"/>	Buena ortografía	<input type="checkbox"/>
Diseñar Impresos	<input type="checkbox"/>	Edición de Audio	<input type="checkbox"/>
Edición de video	<input type="checkbox"/>	Hábito de Lectura	<input type="checkbox"/>
Edición de Prensa	<input type="checkbox"/>	Buena expresión Oral e imagen personal	<input type="checkbox"/>
Desarrollar procesos y estrategias de comunicación	<input type="checkbox"/>	Creatividad	<input type="checkbox"/>
Coordinar , desarrollar y producir materiales informativos y comunicativos	<input type="checkbox"/>	Liderazgo	<input type="checkbox"/>
Tomar fotografías	<input type="checkbox"/>	Personalidad e Iniciativa	<input type="checkbox"/>
Amplio dominio del Idioma	<input type="checkbox"/>	Trabajar en equipo	<input type="checkbox"/>
Educar/ Capacitar en comunicación corporativa u organizacional	<input type="checkbox"/>	Investigación de mercados	<input type="checkbox"/>
Evaluación de procesos de comunicación	<input type="checkbox"/>	Investigar estrategia publicitaria	<input type="checkbox"/>
Análisis de mensajes publicitarios	<input type="checkbox"/>	Análisis de mensajes Persuasivos	<input type="checkbox"/>

gracias por su tiempo, su conocimiento será de mucha utilidad en esta investigación.

ANEXO III Encuesta a Egresados



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA A EGRESADOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, para el tema de investigación “Perfil de egreso del Comunicador Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y sus expectativas laborales” .

A continuación se presenta una serie de preguntas de respuesta cerrada y de respuesta abierta, las cuales deberá responder marcando una “ x “ en el espacio correspondiente, en las preguntas de respuesta abierta deberá responder de manera breve, clara y concisa.

SEXO M F
EDAD 22-25 años 26-30 años 31-35 años 36 años o Más

1. ¿En cuanto tiempo culminó su carrera?

5 o 6 años 7 años 8 años o más

2. ¿Trabaja actualmente en algún área de comunicación?

SI NO

Si su respuesta es no pase a la pregunta No. 7, si su respuesta es Si continúe con la pregunta No. 3.

3. ¿Como ingresó a laborar en la empresa donde trabaja?

Anuncio de prensa
Alguna empresa de reclutamiento
Por recomendación
Por internet
Otros

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

4. ¿Cree que la formación que recibió en la Escuela de Ciencias de la Comunicación ha sido suficiente para su desenvolvimiento en el puesto que ejerce dentro de la empresa?

SI NO

PORQUE _____

5. ¿Que dificultades , respecto a su formación profesional, encontró al empezar a laborar?

- No le enseñaron lo que necesita saber para el trabajo
- No sabia como aplicar los conocimientos recibidos
- Los contenidos de mi formación eran obsoletos
- Mis conocimientos estaban desactualizados
- Otros. _____

6. ¿En su trabajo pone en práctica lo que estudio durante toda la carrera?

SI NO

Si su respuesta es si, favor marcar que cursos pone en práctica y que sean de utilidad para su trabajo.

Lingüística General	<input type="checkbox"/>	Idioma I	<input type="checkbox"/>
Psicología de la Comunicación II	<input type="checkbox"/>	Taller Integrado I: Salud y Ecología	<input type="checkbox"/>
Métodos y Técnica de Investigación social II	<input type="checkbox"/>	Teoría Política y Social	<input type="checkbox"/>
Introducción a la Estadística	<input type="checkbox"/>	Las Comunicaciones Interpersonales	<input type="checkbox"/>
Teoría del Conocimiento	<input type="checkbox"/>	Seminario I: sobre Problemas de la Comunicación En Guatemala, Área Urbana	<input type="checkbox"/>
Planificación de las Comunicaciones Sociales	<input type="checkbox"/>	Semiología del Mensaje Estético	<input type="checkbox"/>
Antropología Guatemalteca	<input type="checkbox"/>	Análisis Comparativo de las Sociedades Capitalistas y Socialistas	<input type="checkbox"/>
Semiología de la Imagen	<input type="checkbox"/>	Taller Integrado II: Tecnología Agropecuaria	<input type="checkbox"/>
Semiología del Discurso Persuasivo	<input type="checkbox"/>	Seminario II: Sobre Problemas de las Comunicaciones en Guatemala, Área Rural	<input type="checkbox"/>
Taller VI: Propaganda y Publicidad	<input type="checkbox"/>	Idioma II	<input type="checkbox"/>

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

7. ¿Que áreas considera incompletas de su formación académica?

COMUNICACIÓN TÉCNICA PRACTICA TEORIA
 RELACIONES PÚBLICAS INVESTIGACIÓN SEMIOLOGÍA

8. ¿Cuál de las siguientes funciones/actividades considera elementales que el Comunicador Social sepa realizar?

Planificar	<input type="checkbox"/>	Manejar una cámara de video	<input type="checkbox"/>
Producir Mensajes Eficaces	<input type="checkbox"/>	Tecnologías de computación	<input type="checkbox"/>
Comunicarse con cualquier público	<input type="checkbox"/>	Investigación en Comunicación	<input type="checkbox"/>
Operar medios de comunicación	<input type="checkbox"/>	Buena ortografía	<input type="checkbox"/>
Diseñar Impresos	<input type="checkbox"/>	Edición de Audio	<input type="checkbox"/>
Edición de video	<input type="checkbox"/>	Hábito de Lectura	<input type="checkbox"/>
Edición de Prensa	<input type="checkbox"/>	Buena expresión Oral e imagen personal	<input type="checkbox"/>
Desarrollar procesos y estrategias de comunicación	<input type="checkbox"/>	Creatividad	<input type="checkbox"/>
Coordinar , desarrollar y producir materiales informativos y comunicativos	<input type="checkbox"/>	Liderazgo	<input type="checkbox"/>
Tomar fotografías	<input type="checkbox"/>	Personalidad e Iniciativa	<input type="checkbox"/>
Amplio dominio del Idioma	<input type="checkbox"/>	Trabajar en equipo	<input type="checkbox"/>
Educar/ Capacitar en comunicación corporativa u organizacional	<input type="checkbox"/>	Investigación de mercados	<input type="checkbox"/>
Evaluación de procesos de comunicación	<input type="checkbox"/>	Investigar estrategia publicitaria	<input type="checkbox"/>
Análisis de mensajes publicitarios	<input type="checkbox"/>	Análisis de mensajes Persuasivos	<input type="checkbox"/>

9. ¿Considera que el actual pensum de estudios esta acorde a las necesidades de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación?

SI

NO

Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC

10. De acuerdo con los conocimientos que se adquieren durante la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ¿cree que hay un amplio mercado laboral para los Comunicadores Sociales que egresan de la misma?

SI

NO

11. ¿En que empresa o lugar le gustaría trabajar?

12. ¿Que recomendaciones daría usted para mejorar la preparación de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación ?

gracias por su tiempo, su conocimiento será de mucha utilidad en esta investigación.

ANEXO IV Pensum de Estudios de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 2012

01

PENSUM DE ESTUDIO

*Licenciatura en
Ciencias de la Comunicación*



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

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

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

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

001 Examen de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

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

ANEXO V. DESCRIPCIÓN DE CURSOS POR SEMESTRE, SEGÚN CATALOGO DE ESTUDIOS VIGENTE www.usac.edu.gt consulta realizada en el mes de Marzo 2011

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Séptimo Semestre

128 Lingüística General. Con este curso se busca que el estudiante adquiera los aportes metodológicos que la lingüística ha proporcionado a la semiología y se familiarice con la terminología y conceptualización de la lingüística. Son temas indispensables en el curso: definición de la lingüística, objetos y métodos, niveles de análisis lingüístico, sistemas fonéticos, fonológicos, morfológicos, semánticos y sintácticos.

158 Psicología de la Comunicación II. Este curso es un refuerzo de lo aprendido en Psicología de la Comunicación I. Busca que el estudiante sepa manejar vocabulario, modos y sistemas para una mejor comunicación interpersonal y social. Los contenidos serán desarrollados en siete unidades; revisión de contenidos psicológicos. Psicología de la comunicación colectiva: la personalidad, psicología social, el mensaje y el medio, efectos de la comunicación en el comportamiento humano y finalmente, una mesa redonda que sintetice las unidades anteriores.

143 Métodos y Técnicas de Investigación Social II. El propósito de este curso es lograr que el estudiante maneje adecuadamente algunas técnicas de investigación y las aplique en un trabajo de investigación concreto, cuyo tema es aportado por el catedrático de Psicología de la Comunicación II. Al mismo tiempo, se fomentará la integración del conocimiento con la cátedra de estadística. El curso persigue proporcionar los elementos necesarios para la elaboración de diseños de investigación, al mismo tiempo que empleará instrumental técnico necesario con el propósito subyacente de habilitar al estudiante para que realice su tesis. El curso culmina con el diseño, por parte de cada estudiante, de un proyecto de investigación.

144 Introducción a la Estadística. El curso pretende que el alumno adquiera un conocimiento general del método estadístico a través de su concepto y sus respectivas categorías. Esto no es suficiente, son necesarios todos aquellos teoremas que sean básicos para el análisis objetivo de los fenómenos naturales, sociales y económicos. Como contenidos programáticos están: generalidades, categorías, aproximación y significación, el dato estadístico, gráficas estadísticas, medidas de tendencia central, medidas de variabilidad, análisis de cuadros estadísticos, El futuro comunicador sólo necesita de todas estas herramientas que le serán útiles en el desarrollo de su carrera profesional,

ya que sin la interpretación la habilidad matemática dentro del campo estadístico, no podrá darle a su información las más amplias dimensiones, sino que se reducirá a la transmisión exacta de boletines y cuadros que tengan referencia a cualquier hecho social, sea este de índole nacional o internacional.

145 Teoría del Conocimiento I. El curso presta interés al problema del conocimiento, atendiendo a su posibilidad, origen, criterio de verdad, etc. Los contenidos básicos, fundamentales, son: prolegómenos a una teoría del conocimiento. Lógica de proposiciones.

Octavo Semestre

146 Planificación de las Comunicaciones Sociales. En Este curso se desarrolla la introducción a la teoría general de la planificación social, habiendo énfasis en los medios y técnicas que le son propios. Los ejercicios de aplicación y análisis se realizan sobre proyectos o programas de desarrollo cultural en los cuales es fundamental la comunicación social. Unidades temáticas: introducción a los problemas de la comunicación. La comunicación en el marco de la dominación. Aspectos generales de la planificación, La planificación y la alineación. Planificación de la comunicación. Planificación sin plan.

147 Antropología Guatemalteca. La teoría antropología nació en la sociedad capitalista europea en el siglo XIX, es por eso que algunos autores la consideran en un principio como la ciencia en formación que nace a raíz de las necesidades de una explicación del comportamiento del ser humano como individuo y como integrante de una sociedad. El plantear la cultura como algo integral, no ha llevado a los antropólogos al logro de encontrar la coherencia de todos sus elementos. Se estudian las partes por separado, sin plantear un contenido mínimo de las relaciones entre los fraccionamientos. De esta manera, el concepto de sociedad ha sido planteado como un concepto secundario o análogo al de cultura, es en la práctica social y en lo que de ellas se ha desarrollado en Guatemala, donde se pueden encontrar los elementos de juicio para darle un acertado giro a esta disciplina en nuestro método. Entre los contenidos mínimos podemos mencionar: cultura, evolución orgánica y proceso cultural, cultura y sociedad género, grupo cultural, estratificación social, crecimiento social, cambio y cultura, procesos de aculturación, grupos étnicos. Al adamsismo, caracterización de la sociedad guatemalteca, análisis y crítica a otros autores que han hecho antropología en Guatemala, el método de investigación antropológico. En este sentido, al hacer un breve análisis del desarrollo de la antropología guatemalteca se tratará de tener una participación en el estudio de las formaciones sociales, ya que en el área de la comunicación es fundamental el conocimiento, comprensión, aplicación de las principales categorías y elementos antropológicos.

148 Semiología de la Imagen. La imagen constituye uno de los elementos culturales más importantes de nuestra época. El curso pretende proporcionar instrumentos teóricos que permitan un estudio sintomático de las imágenes visuales. Los contenidos del curso son los siguientes: los códigos visuales, imagen y comunicación. Análisis de mensajes icónicos. Psicología de la imagen. Mensajes icónicos en la comunicación masiva.

130 Semiología del Discurso Persuasivo: Con este curso se pretende analizar los mecanismos por los cuales en la sociedad se transmiten mensajes dentro de discursos de carácter persuasivo (publicidad, propaganda, relaciones públicas, discursos: político, jurídico, religioso, educativos, etc.). Se analiza también las relaciones entre el discurso persuasivo y la teoría de las ideológicas, los signos. Mercancías y los fundamentos de la teoría clásica y la moderna.

149 Taller VI Propaganda y Publicidad I: El taller cumple con el objetivo a largo plazo, de darle al estudiante una panorámica a nivel crítico de los elementos positivos y negativos de la publicidad. Enfoca el estudio de los grandes aspectos de la psicología humana en las escuelas más representadas desde Freud hasta la época contemporánea y de la psicología social, pilares fundamentales de la publicidad y propaganda. A nivel de taller de investigación, se estudian los comportamientos de los sistemas imperantes en cuanto a proyección ideológica y la manera como se utiliza la publicidad y la propaganda para apuntalar los respectivos sistemas. En cuanto al sistema al que pertenecemos, se estudian los distintos enfoques publicitarios con relación a campañas, tanto en función de sociedades de consumo, como propagación ideológica, en planes concebidos a nivel de oficinas gubernamentales y de agencias publicitarias. Como un curso eminentemente práctico por cuanto es un taller, el estudiante realiza investigaciones en campañas, tanto en función de sociedades de consumo, como de propagación ideológica, en planes concebidos a nivel de oficinas gubernamentales y de agencias publicitarias. Como un curso eminentemente práctico por cuanto es un taller, el estudiante realiza investigaciones en campañas publicitarias realizadas por agencias, contenidos psicológicos de la publicidad y proyecciones sociales de ella.

Noveno Semestre

151 Taller Integrado I Salud y Ecología. Tiene un carácter práctico y los estudiantes seleccionan un medio de comunicación de masas (en este caso, la radio) para la difusión de un mensaje elaborado previa investigación) calcado en el tema “Salud y Ecología”, que ahora se denominó “La influencia de algunos factores geográficos en la salud de los guatemaltecos”. Las actividades principales fueron la investigación bibliográfica y la práctica constante a la elaboración y difusión del mensaje.

152 Teoría Política y Social. El curso comprende, según su distribución temática los siguientes. Puntos fundamentales: el método científico como guía y base de sustentación y fundamentación del curso, los diferentes métodos de investigación que se aplican principalmente. Metodología de la ciencia política y de la sociología a la concepción materialista y científica de la teoría política con sus grandes temas con una concepción histórica. El poder, el Estado, la ideología, los partidos políticos, grupos de presión, la violencia. Las más importantes tendencias y movimientos político-ideológicos contemporáneos: fascismo, nazismo, populismo, etc.

134 Las Comunicaciones Interpersonales. En este curso se analizan los códigos que intervienen en los procesos de interrelación personal. Se estudian los ruidos que entorpecen o dificultan la comunicación entre las personas, así como la forma de superarlos. Como objetivo específico, el curso tiende a que los estudiantes puedan conocer los elementos que motivan las relaciones entre las personas, con el propósito de preparar mejor al comunicador social para que pueda ejercer sus funciones.

153 Seminario I Sobre Problemas de la Comunicación Social en Guatemala, Área Urbana. El seminario tiene como objetivo básico, que los estudiantes realicen prácticas en la investigación, elaboren un informe de sus experiencias investigativas y lo discutan colectivamente con el resto de cursantes. En este seminario se formaron dos unidades de investigación: la nota roja y los cómicos. En los periódicos guatemaltecos, se trabajó en dos etapas: una de implementación técnica, que incluyó charlas de especialistas, investigación de archivos periódicos, etc., para culminar con la elaboración de un informe descriptivo sobre la temática.

Décimo Semestre

133 Semiología del Mensaje Estético. Se ejercita en este curso la capacidad de análisis científico de los mensajes estéticos. Para ello se parte de las diversas concepciones del mensaje estético y su posibilidad de estudio objetivo. Los contenidos del curso son: definición de semiología. Semántica y sintaxis. Formas de lo estético. Material de lo estético. Lo narrativo y lo figurativo. Síntesis de los narrativo y lo figurativo: el cine y los cómicos.

154 Análisis Comparativo de las Sociedades Capitalistas y Socialistas. El curso tiene un carácter monográfico, lo cual permitirá un tratamiento especial y más profundo de los contenidos científicos del programa. Para tal propósito, se

analizar un país socialista, en base a los siguientes aspectos y de manera prioritaria: comprensión y manejo preciso de algunas categorías socio-económicas fundamentales como: formación social, modo de producción, proceso de trabajo, nociones generales en cuanto a ubicación geográfica y antecedentes históricos del país en cuestión. Organización y dinámica de la estructura socio-económica: el empleo, el ingreso, situación agropecuaria, alimentación, vivienda, salud, etc. Organización y dinámica de la superestructura, la educación, deporte, arte, etc. Composición y funcionamiento del poder político, partidos políticos, el Estado, contexto político-económico internacional actual, etc. El análisis comparativo se establecerá con la sociedad guatemalteca, con base en los mismos aspectos.

155 Taller Integrado II Tecnología Agropecuaria. Tiene un carácter práctico, en el que los estudiantes ejercitarán conocimientos y destrezas adquiridas en el campo de las técnicas periodísticas y comunicacionales, a través de un medio de comunicación de masas seleccionado. Esta ejercitación se combinará con la elaboración de un mensaje destinado al público interesado en las novedades técnicas del agro.

169 Seminario II sobre Problemas de las Comunicaciones en Guatemala, Área Rural. El seminario ha sido estructurado sobre la base de la conveniencia que el estudiante conozca la realidad de la estructura social en su conjunto, con particular énfasis las características del área rural, en tal forma que pueda comprender toda la dinámica de la problemática del proceso de comunicación social. Entre sus principales objetivos figura el análisis de los diversos obstáculos socio-culturales para el desarrollo de los distintos modelos de comunicación.

El enfoque central del seminario se orienta a considerar que el fenómeno de la comunicación es una actividad vital en la sociedad moderna y que para que el mismo pueda contribuir eficazmente a fortalecer los esfuerzos nacionales del desarrollo, es indispensable el estudio de sus características no sólo en el área urbana, sino fundamentalmente en el medio rural, por todas las implicaciones económicas y sociales que el mismo conlleva.