

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



**Propuesta para la integración de un departamento de
comunicación e información para la Escuela de
Ciencias de la Comunicación**

**Trabajo de tesis presentado por:
Claudia Lorena Durán de la Roca**

**Previo a obtener el Título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Asesor de Tesis
M.A. Elpidio Guillén**

Guatemala, octubre de 2013

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

Director

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Bran

Representantes Estudiantiles

Lic. José Jonathan Girón

Pub. Néstor Aníbal De León

Representante de Egresados

Lic. Jhonny Michael González Batres

Secretaria

M.Sc. Claudia Xiomara Molina

Tribunal Examinador

M.A. Elpidio Guillén De León, Presidente

M.A. Amanda Ballina Talento, revisora

Lic. Domingo Chiapas, revisor

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín, examinador

M.A. Rosa Idalia Aldana, examinadora

M.A. María del Rosario Estrada, suplente



333-13

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 22 de julio de 2013

Dictamen aprobación 109-13

Comisión de Tesis

Estudiante

Claudia Lorena Durán de la Roca

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Durán**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.7 del punto 1 del acta 11-2013 de sesión celebrada el 22 de julio de 2013 que literalmente dice:

1.7 Comisión de Tesis acuerda: A) *Apròbar al (a la) estudiante Claudia Lorena Durán de la Roca, carné 8914435, el proyecto de tesis: PROPUESTA PARA LA INTEGRACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.* B) *Nombrar como asesor(a) a: M.A. Elpidio Guillén.*

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.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

351-12

Guatemala, 07 de agosto de 2013
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 54-2013

Estudiante
Claudia Lorena Durán de la Roca
Carné **8914435**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Durán**:

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: PROPUESTA PARA LA INTEGRACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

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:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a).
M.A. Amanda Ballina, revisor(a)
Lic. Domingo Chiapas, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director/ECC




M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



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

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



Autorización informe final de tesis por terna revisora

Guatemala, 2 de septiembre de 2013

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

Estimada M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante Claudia Lorena
Durán de la Roca Carné 8914435

ha realizado las correcciones y recomendaciones a sus trabajo de investigación, cuyo
título final es: Propuesta para la creación de un departamento de comunicación
e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de
San Carlos de Guatemala.

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

M.A. Amanda Ballina Talento
Miembro Comité Revisor

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Lic. Domingo Chiapas
Miembro Comité Revisor

M.A. Epifanio Guillén
Presidente Comité Revisor



422-13

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

Guatemala, 05 de septiembre de 2013
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 67-2013

Estudiante
Claudia Lorena Durán de la Roca
Carné **8914435**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Durán**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, siendo ellos:

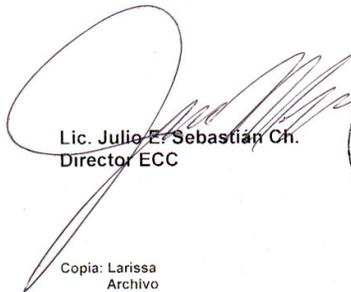
M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)
M.A. Amanda Ballina, revisor(a).
Lic. Domingo Chiapas, revisor(a)
Lic. Julio Sebastián, examinador(a).
Licda. Rosa Idalia Aldana, examinador(a).
M.A. María del Rosario Estrada, suplente.

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




M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Larissa
Archivo
JESCH/AM/IEunice S.



492-13

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

Guatemala, 17 de octubre de 2013
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 66-2013

Estudiante
Claudia Lorena Durán de la Roca
Carné **8914435**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Durán**:

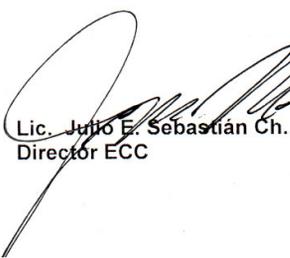
Nos complace informarle que con base en la **autorización de informe final de tesis por asesor**, de título: PROPUESTA PARA LA INTEGRACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, se emite la orden de impresión del trabajo de investigación.

Apreciaremos que sean entregados dos ejemplares impresos y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez ejemplares en la Secretaría General 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 de esta Escuela, que cuenta con todas la 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




M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



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

Dedicatoria

A Dios: Por ser luz en mi camino y brindarme sabiduría, fortaleza y perseverancia para seguir adelante y superar las pruebas difíciles de mi vida.

A mis padres: Maximiliano Durán Díaz y María Antonieta de la Roca de Durán. Por su amor y apoyo incondicional, por compartir alegrías, tristezas y enseñarme con su ejemplo que nunca debo darme por vencida.

A mis Hijos: Danil Alejandro, Pablo Andrés y Gerardo José Florián Durán. Porque son uno de mis principales motivos para vivir, que mi triunfo académico sea ejemplo y los motive a luchar por sus sueños.

A mis hermanos: Brenda Magaly (Q.E.P.D.), Max Estuardo y Luís Fernando. Por el cariño y apoyo incondicional que me brindan siempre.

A mis sobrinos: Rodrigo, Andrey, José Andrés y Renata Durán. Que este éxito en mi vida los inspire a superarse académicamente.

A mi familia: Con cariño muy especial, gracias por su apoyo.

A mi asesor: M.A. Elpidio Guillén. Siempre le estaré agradecida por compartir su profesionalismo, conocimiento y ayudarme a culminar con éxito mi trabajo de investigación.

A los miembros del Tribunal Examinador: Gracias por el apoyo y sus sabios consejos.

A mis compañeros de promoción: Por su amistad y apoyo durante toda la carrera.

Gracias al personal docente y administrativo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación por sus muestras de amistad y el apoyo brindado incondicionalmente en mi etapa de estudio y ser los mejores compañeros.

A los docentes del Plan de Autoformación a Distancia, gracias por el conocimiento transmitido y por el ejemplo de vida. Porque marcaron cada etapa de mi camino universitario.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala: Por ser mi Alma Mater y en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que me formó académicamente y para la cual laboro.

Índice

Introducción

Capítulo 1

1. Marco conceptual.....	1
1.1 Título del tema.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Justificación del tema.....	3
1.4 Planteamiento del problema.....	3
1.5 Alcances y límites.....	4

Capítulo 2

2. Marco Teórico.....	5
2.1 Departamento de Comunicación.....	5
2.2 Integración.....	5
2.3 Comunicación.....	5
2.4 Comunicación organizacional.....	5
2.4.1 Comunicación formal.....	6
2.4.2 Comunicación informal.....	6
2.5 Comunicación interna.....	6
2.5.1 Objetivos de la comunicación interna.....	6
2.6 Comunicación externa.....	7
2.7 Comunicación e información.....	9
2.7.1 Diferencia entre comunicación e información.....	10
2.7.2 Plan de acciones del componente de información y Comunicación.....	11
2.8 Escuela de Ciencias de la Comunicación.....	12
2.8.1 Misión.....	13
2.8.2 Visión.....	13
2.8.3 Objetivos generales.....	14
2.8.4 Objetivos específicos.....	14
2.8.5 Estructura orgánica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.....	15

Capítulo 3

3. Marco Metodológico.....	16
3.1 Método de investigación.....	16
3.2 Objetivos.....	17
3.2.1 Objetivo general.....	17
3.2.2 Objetivos específicos.....	17
3.3 Técnicas.....	17
3.4 Instrumentos.....	18
3.5 Población.....	18
3.6 Muestra.....	18
3.7 Procedimiento.....	19

Capítulo 4

4.1 Presentación, análisis e interpretación de resultados I Fase.....	20
4.2 Encuesta docentes Área Comunicación, II Fase.....	22
4.3 Encuesta Coordinadores de área de Departamentos III Fase.....	34
4.4 FODA.....	45
Conclusiones.....	46
Recomendaciones.....	47
1. Propuesta.....	48
2. Introducción.....	48
3. Justificación.....	48
4. Principios del Departamento.....	49
5. Misión.....	50
6. Visión.....	50
7. Objetivos.....	50
7.1 Objetivo general.....	50
7.2 Objetivos específicos.....	50
8. Estructura organizacional.....	51
8.1 Dependencias que lo conforman.....	51
9. Propuesta de Organigrama de la ECC.....	52



10. Recurso Humano.....	53
10.1 Cargo.....	53
10.2 División de Relaciones Públicas y Protocolo.....	54
10.3 División de Medios de Comunicación.....	54
10.4 División de Información y Divulgación.....	55
11. Resumen de las actividades que debe priorizar el.....	
departamento de información y comunicación de la ECC.....	55
12. Ubicación de Oficinas y área de trabajo.....	56
13. Propuesta a medios electrónicos.....	57
14. Propuesta de espacio físico del Edificio de Bienestar	
Estudiantil y M-2.....	58
Referencias Bibliográficas.....	VIII
E-Grafías.....	X
Leyes.....	XI
Anexos.....	XII

Introducción

La creación de un nuevo departamento en una organización educativa no es un proceso sencillo, en el papel pudiera parecerlo así, sin embargo, cuando se involucra en el análisis de este proceso y cuando se tiene la oportunidad de dialogar con los actores se da cuenta de que se trata de un proceso complejo.

Justamente el elemento humano es el que proporciona la dimensión de complejidad en la organización, más aún cuando ese factor humano ahí presente está formado con perfiles y visiones distintas pero en un espacio de convivencia que es precisamente la organización cuya razón de ser es brindarle a la sociedad y para ello, quienes dirigen a las organizaciones educativas, deben orientar sus esfuerzos y los del resto de los miembros que la conforman, lidiando con sus emociones, temores, anhelos, actitudes y percepciones que son los que dan vida a la organización, elementos estos que se van ajustando o adaptando a los cambios del entorno.

Hoy, el entorno se ha vuelto más complejo, por lo menos en los últimos 20 años, los cambios en el ámbito de factores determinantes como las telecomunicaciones y los sistemas informáticos han acentuado la necesidad de contar con un mundo más integrado; esto se aprecia principalmente mediante la formación de bloques económicos que han convertido al mundo en una aldea global y cuyos efectos han afectado a las organizaciones en general.

Cabe mencionar que este proceso de cambio ha afectado no sólo a las universidades privadas sino también a las públicas, en las que la implementación de un nuevo departamento, como resultado de esto puede decirse que el tiempo de aprendizaje es cada vez más corto, y como consecuencia de ello, las organizaciones presentan, por un lado, la necesidad de ser más ágiles en la capacidad de respuesta para adaptarse a ese entorno, o bien, contar con estrategias que las puedan diseñar e implementar con una visión que les permita participar de una manera efectiva en el medio.

La pregunta central de la investigación se plantea en los siguientes términos:

¿Qué tipo de beneficios traerá a la institución objeto de estudio una propuesta para la integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Para responder la pregunta anterior se siguió el siguiente procedimiento:

- **Se consultaron diferentes documentos y fuentes electrónicas para estructurar el marco teórico, herramientas indispensables para la investigación de campo.**
- **Se efectuó un proceso de observación no participativa.**
- **Se realizó una entrevista a los coordinadores de Extensión, La Agencia de Publicidad y la Unidad de Comunicación, para tomar las diferentes opiniones respecto a los procedimientos y acciones que cada uno realiza en sus diferentes áreas.**
- **Se ejecutaron las respectivas encuestas, las cuales fueron analizadas, tabuladas y representadas en porcentajes, luego fueron descritas por medio de cuadros y gráficas con su análisis respectivo.**
- **Con los datos obtenidos en el proceso anterior, se redactó la propuesta y las conclusiones a las que se arribó.**

El trabajo quedó estructurado en cuatro capítulos relacionados entre sí, el primero está destinado en presentar todo lo relacionado con el marco conceptual. En el segundo, se presentan los principales resultados del estudio bibliográfico, es decir, el marco teórico del estudio.

En el tercero, se describe la metodología empleada en esta investigación, puntualizando las técnicas de recopilación de datos, como lo es la entrevista semiestructurada, la revisión documental y, desde luego definiendo el problema y la pregunta central de investigación.

Finalmente, en el cuarto capítulo se realizó el análisis e interpretación de resultados y se presentó la propuesta final sobre el caso, las conclusiones, recomendaciones, anexos y bibliografía.

Para este fin, esta sección se divide en tres apartados. El primero, se refiere a la opinión de los coordinadores de la Comisión de Extensión, de la Agencia de Publicidad y Unidad de Comunicación, para tomar las diferentes opiniones respecto a los procedimientos y acciones que cada uno desempeña en sus diferentes roles como comunicadores y sus puntos de vista con relación a la presente investigación.

El segundo apartado se refiere a los puntos de vista de los catedráticos y coordinadores de área de departamentos que pertenecen al área de comunicación que por su experiencia en el campo, son punto clave para la investigación.

En el tercero, se aborda el caso específico de la propuesta, partiendo de la información recogida durante el período comprendido de agosto a septiembre del 2012. Los hallazgos derivados de esta investigación se discuten en la sección de conclusiones.

La experiencia de investigación para el desarrollo de este trabajo ha sido enriquecedora por la oportunidad que se tuvo de acercarse a la organización con un enfoque distinto al que habitualmente se ha utilizado, pues permite conocer la realidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y documentar dichas experiencias, en aras de contribuir con aportaciones más acordes a esas realidades.



Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Tema: Propuesta para la integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.2 Antecedentes

La comunicación es fundamental e inseparable de toda sociedad. En una organización educativa que cuenta con técnicas de comunicación modernas coadyuva superar debilidades y deficiencias y fortalece la imagen y las oportunidades de la misma. En ese orden de ideas, las relaciones humanas son indispensables para mantener una comunicación efectiva dentro y fuera de la organización, y que mejor que sea implementado por medio de un departamento de comunicación e información integral que no solo brinde una imagen externa, sino también proporcione armonía interna.

De tal manera, se consultaron algunas tesis que guardan relación con el tema en investigación, realizadas en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, como un medio que permite aplicar los procesos modernos de comunicación, estas fuentes de información fueron de apoyo para la investigación, debido a que se comprobó que no existe una investigación específica sobre la integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen algunas tesis relacionadas con el tema objeto de estudio, entre ellas: Alegría Herrera Oscar (2003) “Propuesta de Estrategias Comunicacionales Internas y Externas para crear una imagen positiva al Ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala” cuyo objetivo fue proponer estrategias que pudieran impulsar externa e internamente la Dirección de Comunicación Social, para crear una imagen positiva de la institución, esto visto desde el ámbito interno y así exteriorizarlo a todos los usuarios que así lo requieran.



Cabrera Maldonado Bianka (2001) “Diagnóstico y propuesta de comunicación organizacional/Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias”. El objetivo principal de esta investigación fue realizar un diagnóstico comunicacional e identificar la situación actual de ese centro cultural, para seleccionar estrategias adecuadas de comunicación.

Dentro de sus conclusiones, Cabrera Maldonado determinó que el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, no ocupa espacios importantes en los Medios de Comunicación, para dar a conocer las actividades que se desarrollan en el, y que la actual oficina de Relaciones Públicas no tiene un rol determinado en cuanto a la comunicación e imagen que debe dársele a este centro cultural de tan alta importancia en nuestro país y a nivel mundial.

Dichas tesis se relacionan con la aplicación de métodos, sistemas que implican una planeación, un principio de interés, herramientas clave de información y de apoyo, además existen direcciones electrónicas con estructuras organizacionales muy completas, las cuales son alimentadas por medio de una red de información interna sujeta a una política, debidamente consensuada por las autoridades.

Los estudios anteriormente mencionados están enfocados en diagnósticos y propuestas de estrategias comunicacionales internas y externas para crear oficinas de Relaciones Públicas, pero ninguno en la institución objeto de estudio de la presente investigación. Estas sirvieron únicamente como referencias.



1.3 Justificación:

Con el fenómeno de la globalización, hoy más que nunca las instituciones educativas, deben cuidar la imagen institucional para poder competir con otras instituciones públicas o privadas que se dedican a brindar servicios.

Las relaciones públicas constituyen y mejoran una buena imagen hacia la opinión pública, principalmente si se trata de una institución educativa formadora de comunicadores sociales.

La importancia de esta investigación radica en la redacción de una propuesta integradora para la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Es importante que la comunicación, la información y la imagen de la institución estén acorde con la exigencia de un mundo globalizado.

Somos conscientes que la universidad, como institución rectora de la educación, tiene la obligación de ser pionera en los cambios que la sociedad requiere. Y son sus escuelas y facultades entes multiplicadores que deben dar respuestas a estas expectativas. En el contexto en el que se desarrolla esta investigación la innovación administrativa es una necesidad inminente y el éxito o fracaso de la inserción de un departamento de Información y divulgación depende en gran medida del presupuesto y la voluntad política de todos: Dirección, personal docente, personal administrativo y de servicios.

1.4 Planteamiento del Problema:

La población estudiantil se ha incrementado en los últimos años, y la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con varias coordinaciones que funcionan en diferentes líneas organizacionales, esto puede ser uno de los factores que no permitan que la comunicación e información llegue de forma ágil y eficaz a su público objetivo.



Sin optimizar los canales de comunicación y como consecuencia podría incumplirse con la visión de la unidad académica, la cual está definida como una institución formadora de comunicadores con un alto sentido profesional, ético y competitivo, que responda a la demanda de una formación moderna y humanística, comprometida con la búsqueda del desarrollo integral de la Universidad y del país. Tomando en cuenta las anteriores premisas, se plantea el problema que sirvió de guía a la presente investigación:

¿Qué tipo de beneficios traerá a la institución objeto de estudio una propuesta para la integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Unidad de análisis

Para realizar la propuesta, se tomó en cuenta las opiniones de las coordinaciones internas con que cuenta la institución educativa y en el orden son las siguientes: Comisión de Extensión, La Agencia y la Unidad de Comunicación, además del punto de vista de los profesores que pertenecen al Departamento de Comunicación de la misma institución.

1.5.2 Ámbito temporal

La investigación de campo se realizó durante agosto y septiembre de 2012.

1.5.3 Ámbito geográfico

La investigación de campo se realizó en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ubicada en el Edificio M-2, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad Universitaria, zona 12.



Capítulo 2

Marco teórico

Con el propósito de desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación es necesario enfatizar teorías que amplíen conocimientos de comunicación que fortalezca el clima organizativo interno y externo de la institución educativa.

2.1 Departamento de Comunicación

Tiene como objetivo general, construir la identidad corporativa de la Institución, para que sirva de plataforma en la proyección de la imagen que desea transmitir a los públicos objetivos.

2.2 Integración:

La palabra integración tiene su origen en el concepto latino integratio. Se trata de la acción y efecto de integrar o integrarse (constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo).

2.3 Comunicación

Es el eje fundamental del desarrollo humano, es la herramienta con la que el hombre se ha abierto camino en este mundo. La comunicación es la actividad diaria de todo ser humano que cumple con una serie de procesos de interacción, información, ideas, emociones que se transmiten de una persona a otra.

2.4 Comunicación organizacional

“Parte del principio de que la mejor forma de derribar barreras es a través del conocimiento de aquello que se juzga. Resumiendo la Comunicación Organizacional es una actividad que tiene como objeto la creación y mantenimiento de una imagen positiva a través del trabajo planificado y sistematizado de difusión de información de una organización, empresa o institución” (Homs Quiroga, 1990: p. 61).



Una buena comunicación tiene como resultado la eficiencia de cualquier organización o grupo. La fuente de conflictos interpersonales que se menciona con mayor frecuencia es la comunicación inexacta. La ausencia de una comunicación efectiva es una de las fuerzas que más inhibe el buen rendimiento de un grupo.

2.4.1 Comunicación formal

Se entiende como comunicación formal la que viene planeada y propuesta por la dirección en términos de contribuir racionalmente a la eficacia racional de la organización. (Lucas y otros 1999: p. 100)

En las empresas o instituciones los canales formales de comunicación interna sirven para promover el desarrollo de las tareas productivas, su coordinación y cumplimiento. Su ejecución es lenta debido a que tiene que cumplir todas las formalidades establecidas.

2.4.2 Comunicación informal

Esta comunicación es espontánea ya que se da en relaciones tanto psicológicas como sociales, se da en forma de conversaciones informales, comentarios, rumores o anécdotas de las personas. (Lucas y otros 1999:p.112)

2.5 Comunicación interna

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Fernández Collado 2002: p.12).

2.5.1 Objetivos de la comunicación interna

a) La implicación del personal

Se refiere a una situación en la que el personal de la organización se encuentra motivado, con un sentimiento de pertenencia a ésta, fruto no sólo de sus condiciones de trabajo en sentido económico, tiempo, sino de su información con respecto a lo que se realiza en su trabajo.



b) La armonía de las acciones de la empresa

Se debe hacer circular la información con el personal para que fluyan los planes de acción de la misma, de manera que sean coherentes y acordes con los objetivos estratégicos.

c) El cambio de actitudes

Se refiere a la información como motor de cambio de las organizaciones. La organización debe adaptarse a los cambios. Por ese motivo, se ha considerado un vínculo entre la comunicación interna y los recursos humanos.

d) La mejora de la productividad

En la mejora de la productividad, la comunicación interna puede resultar fundamental desde dos puntos de vista:

1) Desde la emisión por parte de la dirección y los departamentos pertinentes de la información necesaria para el desarrollo de las funciones de los trabajadores (instrucciones para los empleados, normas de la organización);

2) Sensibilizando al personal respecto a los objetivos de rentabilidad de la organización, empresa o institución.

2.6 Comunicación externa

Es el conjunto de procesos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las herramientas de comunicación y proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

La imagen de la institución, frente a sus públicos externos, depende de la calidad de la relación que se establece entre ambos. Si la imagen percibida por el público es desfavorable habrá que recurrir a estrategias para perfeccionarla o cambiarla.



Al resumir los criterios de Trelles (2004), se considera que la comunicación de la empresa con sus públicos externos no debe ser sólo informativa, pues aunque deba proporcionar datos de interés acerca de la institución, debe facilitar el intercambio de ideas, experiencias que favorezcan la relación estrecha y la cooperación necesaria.

Cuando se analiza el concepto que propone Trelles acerca de comunicación organizacional, “es un conjunto de procesos de construcción de significados compartidos entre los públicos de la empresa (internos y externos), se confirma la importancia que presenta la coherencia e interrelación entre comunicación interna y externa para el adecuado desarrollo de la Institución”. La comunicación ayuda al individuo a integrarse al sistema, tanto interno como externo, y a su vez cumple con similares funciones con la entidad y sus entornos.

El proceso que las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones han logrado en tan corto tiempo permite que la información sea valorada como un elemento para el desarrollo de toda organización.

Los sistemas de información se han ido perfeccionando mucho más, permitiendo su adaptación a los nuevos cambios imperantes, acercándose cada vez más a la comunidad y a las empresas dando respuestas oportunas a sus necesidades.

La gestión de la información constituye una herramienta básica para la organización, ya sea interna, externa o pública porque va conformando la memoria de la misma quedando reflejado su pasado, historia y resultados. La gestión documental desempeña un importante papel, pues su conservación permite difundir el patrimonio que atesora la institución y compartirlo con la comunidad.

Gestionar información significa que ésta llegue en el momento adecuado, a la persona adecuada y que le permita tomar decisiones efectivas cuando lo requiera. La información es considerada como un recurso valioso y costoso para las instituciones, por lo tanto, precisa una estrategia que permita ordenar el proceso de gestión de la información.

2.7 Comunicación e información

Es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado. El significado es aquello que se representa mentalmente al captar un significante. El significante puede ser una palabra, un olor, un sabor o algo que se capta mediante los sentidos. (Paoli, 2000; cap. 1)

También (Paoli, 2000) define la información como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada.

Sin la comunicación ni la información la sociedad no sería la misma, ya que sin ellas no se puede ser tal cual, ser transformados por las ideas que estas aportan o se hagan llegar mediante ellas.

Otra herramienta que es de beneficio para la sociedad guatemalteca y que permite armonizar el derecho de las personas a acceder a la información en poder de la administración pública y del Estado, es El Decreto Número 57-2008 del Congreso de la República de Guatemala, en el uso de las atribuciones que le otorga el artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República, decreta: La siguiente: Ley de Acceso a la Información Pública, la cual entró en vigencia a partir del 23 de octubre de 2008, fecha en que fue publicada en el Diario de Centro América, No. 45 Tomo CCLXXXV.

2.7.1 Diferencia entre comunicación e información

La información se basa en transmitir un mensaje desde un emisor a un receptor en el que el mensaje hace referencia a “objetos” o “hechos codificados de forma independiente de las relaciones humanas entre el que informa y el que es informado.

El mensaje suele ser codificado mediante un sistema convencional con las reglas y los signos previamente acordados. Por el contrario, la diferencia con la comunicación, reside en que la comunicación implica tanto el mensaje de ida como el de vuelta. Se requiere de ambas partes, siendo los receptores emisores y los emisores receptores. Destacan los mensajes lingüísticos, las posturas corporales, el tono de voz y el ritmo de las frases.

Todas estas formas de codificación son válidas a la hora de transmitir un mensaje y participar de una comunicación. De forma general la diferencia esencial entre información y comunicación reside en la respuesta del interlocutor, ya que en la información no precisa una retroalimentación, mientras que la comunicación busca modificar comportamientos, actitudes, representaciones o conocimientos de los interlocutores.

La información se transfiere a través de mecanismos de comunicación, entre ellos:

- **Los interlocutores:** Se denomina interlocutores a los participantes de un intercambio comunicativo. La etnografía de la comunicación prefiere la denominación de participantes de un evento comunicativo.
- **El tipo de comunicación:** Diariamente nos comunicamos, de manera ordenada, con intención, involuntariamente, con gestos o palabras. Nos comunicamos en distintos ámbitos y de distintas maneras, expresando sentimientos, deseos y opiniones.

- **Los canales de comunicación:** Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como canal de datos.
- **Los canales pueden ser personales o masivos:** los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa. Voz a voz. Puede darse de uno a uno o de uno a varios. Los canales masivos pueden ser escrito, radial, televisivo e informático.
- **La interacción entre los canales de comunicación, los individuos y los grupos:** Los resultados de la interacción trae como resultado un mejor desarrollo para la institución, ya que la comunicación fluyen de mejor forma y determina que los grupos tengan objetivos comunes.
- **Las redes de comunicación empleadas:** Una red de comunicación es una conexión de diferentes computadoras que pueden comunicarse e intercambiar información, utilizando sus propios recursos o recursos ajenos.

2.7.2 Plan de acciones del componente de información y comunicación

Lo que el público piensa u opina de una organización, es siempre producto de la información voluntaria o involuntaria que esta institución emite hacia el exterior. Por lo tanto es necesario comunicar lo que se hace en una entidad y no callarlo, pero informarlo de manera lógica, clara e institucional, es decir por medio de un concreto plan de comunicación.

Para que cualquier tipo de empresa, institución u organización, comunique íntegramente lo que “lleva dentro de si”, hacia sus empleados y hacia su público específico, en cualquier situación, ya sea al llegar a un nuevo mercado o en un momento de crisis, es necesario elaborar detenidamente un importante, concreto plan estratégico de comunicación, que por medio de los pasos que se concretarán, haga alcanzar los objetivos de comunicación establecidos previamente.



Según Molina (2007; p.18) la estrategia de comunicación es un “modo y sistema de influencias sicosociológicas destinadas a uno o por lo general, varios públicos, mediante un conjunto relativamente amplio de acciones y medios de comunicación, durante un período previamente establecido, persiguiendo objetivos en correspondencia con los intereses e intenciones de determinada organización”.

Se debe plantear una introducción, el problema que se debe resolver con el plan de acciones, los objetivos, la identificación de los públicos objetivos, plan de acciones y medios propiamente dichos, el análisis presupuestal, la evaluación y control como el investigador estime que debe hacerse con las acciones en el caso específico que le ocupa.

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

El origen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se remonta al año 1952 cuando se fundó la Escuela Centroamericana de Periodismo.

Esta estuvo adscrita a la Facultad de Humanidades, autorizada para conceder el título de Periodista Profesional en la carrera intermedia de tres años y el grado de Licenciado en Periodismo después de cinco años de estudio.

En 1975 se realizó un congreso de transformación que señaló la urgencia de dotar a la Escuela de un mayor conocimiento científico. Una estrecha vinculación entre lo teórico y lo práctico, un serio y amplio conocimiento del país, así como también las más modernas técnicas pedagógicas. Desde allí 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, adscrita al propio consejo, con capacidad de administrar su propio presupuesto, elegir a sus autoridades en forma paritaria y otorgar los títulos de Periodista Profesional en la carrera intermedia y el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación para la carrera de cinco años, conforme las leyes universitarias.



El 8 de febrero de 1984 el Consejo Superior Universitario aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Fotografía Profesional, Locución Profesional y Publicista Profesional, de las cuales actualmente se imparten las últimas dos mencionadas.

Debido al crecimiento de la afluencia de estudiantes hacia las carreras de Ciencias de la Comunicación, así como a las limitaciones de espacio físico y otras razones de índole pedagógica, se inauguró en 1997 el Plan de Autoformación a Distancia que funciona los sábados, impartiendo las mismas carreras que actualmente componen el paquete pedagógico del plan diario.

La estructura del máximo órgano de dirección de la Escuela, La Comisión Directiva Paritaria, sufrió una transformación gradual durante el 2003. Debido a la nueva normativa vigente en la Universidad, dicha comisión se transformó en Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en el que ya se cuenta con un profesional representante de los egresados de la Escuela que están inscritos en el Colegio de Humanidades.

En 2003, también se hicieron ampliaciones importantes en la infraestructura física de sus instalaciones en el campus, así como la proyección académica a los departamentos. En el primer aspecto, se remodeló la primera fase del Edificio M-2, el cual había sido asignado previamente a la Escuela por el Consejo Superior Universitario, significando un alivio a los problemas de espacio físico que tuvieron durante una década. (Catálogo de Estudios de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 2004).

2.8.1 Misión:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación superior articulada a la formación, investigación y la extensión de manera integral, participativa y propositiva, consolida de forma sostenible y estratégica con visión a largo plazo, la preparación profesional de sus estudiantes. Procura la pertinencia, competitividad y creatividad, mediante el vínculo, el compromiso y la identificación con la sociedad, cuyo propósito es formar profesionales de alta calidad tanto a nivel de las carreras técnicas como de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los postgrados con especialidad en la materia.



2.8.2 Visión:

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

2.8.3 Objetivos generales

Formar profesionales de las ciencias de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación y liberación de Guatemala.

Formar profesionales capaces de investigar, informar y orientar los diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente función en la resolución de la problemática nacional.

Establecer y fomentar la educación del estudiante en Ciencias de la Comunicación al medio guatemalteco, proporcionándole los conocimientos teóricos y prácticos que le permitan la interpretación de los fenómenos socio-económicos del país y de la función que el profesional de la comunicación desempeña.

2.8.4 Objetivos específicos

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

Formar comunicadores que en forma crítica conozca e interprete la realidad nacional y el contexto en que ella está inmersa.

Formar profesionales de las ciencias de la comunicación capaces de enjuiciar, criticar y crear dentro del campo de su competencia.

Preparar periodistas capaces de hacer uso de todos los medios de comunicación, con énfasis en las necesidades del país.



2.8.5 Estructura Orgánica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

La estructura orgánica general de la Unidad Académica está conformada de la siguiente manera:

- Consejo Directivo
- Director
- Coordinación Académica
- Secretaría de Escuela
- Coordinación de Planificación
- Coordinación de Doctorado *
- Coordinación de Postgrado *
- Coordinación Comisión de Tesis
- Coordinación Área de Comunicación
- Coordinación Área de Periodismo
- Coordinación Área de Locución
- Coordinación Área de Publicidad
- Coordinación Plan de Autoformación a Distancia -PAD-
- Coordinación Ejercicio Profesional Supervisado Carreras –EPS- Técnicas
- Coordinación Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura
- Coordinación Comisión de Extensión
- Agencia de Publicidad *
- Coordinación Unidad de Comunicación *
- Biblioteca Flavio Herrera
- Coordinación Centro de Investigación
- Comisión de Evaluación Docente

Se hace la aclaración que las Coordinaciones con (*), se encuentran pendientes de incluirlas en el organigrama del Manual de Organización de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Fuente: Manual de Organización de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, aprobado por el Consejo Directivo, punto Tercero, Acta Extraordinaria de fecha 24 de octubre de 2006.



Capítulo 3

Marco metodológico

3.1 Método de Investigación:

La palabra investigación, refiere a una indagación, a una búsqueda sistemática e intencional, de algo previamente determinado. este proceso que es la investigación puede entenderse como una secuencia de acciones orientadas hacia la solución de una situación problemática. El trabajo de investigación conlleva identificar, analizar y reflexionar, tanto sobre el material escrito referente al objeto de estudio central y los datos del estudio de campo.

Para la realización de la presente investigación se utilizó el método inductivo y descriptivo. El cual se dividió por fases, iniciando con una etapa de observación y registro de hechos. Una vez analizado lo observado, se establecieron definiciones claras de cada uno de los conceptos analizados, se clasificaron los elementos y por último se formularon proposiciones deducidas del proceso de investigación que se ha llevado a cabo.

Inductivo porque es un método que consiste en sacar de los hechos particulares una conclusión general. Descriptivo porque el objetivo de la investigación no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Se consideró que esta metodología era apropiada al estudio, pues se cree que es necesaria una aproximación al objeto de estudio partiendo de la revisión de los antecedentes que existen sobre el mismo.

Se utilizó este procedimiento metodológico por las distintas herramientas que ofrece, permite comprender una realidad dinámica que le confiere su componente humano.

3.2 Objetivos de la Investigación:

Tomando en consideración lo antes expuesto, esta investigación establece como objetivos fundamentales los siguientes:

3.2.1 Objetivo general

Realizar una propuesta para la integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

3.2.2 Objetivos específicos:

3.2.2.1 Realizar un diagnóstico para conocer las necesidades, intereses y problemas en materia de información de la institución objeto de estudio.

3.2.2.2 Explicar la situación actual en materia de comunicación e información de las distintas coordinaciones y el grupo de profesores del área de comunicación.

3.2.2.3 Analizar los datos que se obtengan del diagnóstico y realizar la propuesta para la integración del departamento que fortalecerá la comunicación e información a nivel interno y externo de la institución.

3.3 Técnicas

Se utilizaron como técnicas de recolección de datos de recopilación bibliográfica y documental, además de encuestas que se aplicaron a las personas que formaron parte del estudio, que fueron fuentes directas al realizar el análisis del procedimiento del diagnóstico y propuesta.



3.4 Instrumentos

- a. Cuestionario dirigido a los sujetos objeto de la muestra (Ver Anexo No. 1 y No. 2)
- b. Observación directa de todos los medios de comunicación utilizados
- c. Cuadro de resumen de respuesta

3.5 Población

La población objeto de estudio para la presente investigación, es decir el universo investigado, lo constituyen todos los profesores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Área de Comunicación de las jornadas vespertina, nocturna y del Plan de Autoformación a Distancia –PAD- y son en su totalidad veinticuatro y todos los coordinadores de las distintas áreas de la misma institución, que en la actualidad, son trece.

3.6 Muestra

Para efectos de este estudio se define como muestra a los Coordinadores y docentes del Área de Comunicación que laboran para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Todos los datos recolectados fueron analizados, obteniendo porcentajes y promedios de las características de las respuestas. Estas están representadas en porcentajes, luego se describieron por medio de gráficas donde aparece el respectivo análisis de los grupos de estudio.

3.7 Procedimiento

Se llevó a cabo la recolección de documentos, observación no participativa, entrevistas estructuradas, notas de campo detallado y extenso.

En la elaboración del instrumento, se redactaron preguntas que conforman la entrevista, la cual fue contestada por Coordinadores y Docentes del área de comunicación que laboran en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la misma está compuesta, en su mayoría, por preguntas abiertas para obtener información más detallada.

Una vez elaborada la entrevista se procedió a efectuar el trabajo de campo, administrados por la encuesta, para posteriormente proceder al procesamiento de los datos y analizar los resultados.

A la vez se aplicó durante el trabajo de campo la técnica de la observación no participativa, la cual permitió reconocer el procedimiento utilizado en el área de comunicación, respecto a cómo se implementa la información hacia la comunidad universitaria.

Capítulo 4

4.1 Análisis e interpretación de resultados (Primera Fase)

El diagnóstico se realizó en tres fases, los datos obtenidos fueron clave para diseñar la propuesta para la integración del Departamento de Comunicación e Información.

Pregunta	Entrevistado			Resumen
	Domingo Chiapas	Hugo Nery Bach	Guillermo Ballina	
¿Qué actividades realiza en su Coordinación?	Homenaje a Docentes, información a personas aspirantes a ingresar a la ECC, formación docente, diferentes actividades con personajes ajenos a la USAC	Elaboración de campañas comunicacionales, publicitarias, diseño gráfico, producción radial y T.V.	Proporciona información de la ECC, tramitar solicitudes de la Ley de Acceso a la Información, actualización página Web	Las respuestas evidencian que los coordinadores tienen denominadores comunes en sus funciones. Todas las actividades tienen relación con funciones diferentes. Se necesita una mejor coordinación, se poseen mismos objetivos
¿Su coordinación tiene relación con otros departamentos?	Si	Se complementa con otros para integración de actividades	Son el vínculo entre la ECC y la comunidad	
¿Considera que sus coordinaciones podrían integrar un solo Depto. de Comunicación e Información?	Todos están integrados	Si. Esta bajo la coordinación de Extensión, con diferentes atribuciones	No, cada uno tienen funciones propias que están relacionadas	
¿Qué ventajas tendría para la Institución un Depto. de Comunicación e Información?	Hacerlo más completo y proyectarlo al exterior	Todos bajo un mismo objetivo. Sinergia	Mejor Información y planificación	
¿Qué desventajas tendría para la Institución un Depto. de Comunicación e Información?	Ninguna	Espacio físico, trabajar en equipo si no se tiene la misma visión	Ninguna, sólo si no se maneja bien	

Elaboración propia

Fuente:

- Lic. Domingo Chiapas, Coordinador Comisión de Extensión
- Lic. Hugo Nery Bach, Coordinador de La Agencia
- Lic. Guillermo Ballina, Coordinador Unidad de Comunicación

Pregunta	Entrevistado			Resumen
	Domingo Chiapas	Hugo Nery Bach	Guillermo Ballina	
¿Qué área geográfica considera Ud. Que sería la ideal para el funcionamiento del Depto. de Comunicación e Información?	M-2	M-2	M-2	<p>Para la creación de un Departamento de Comunicación, el lugar idóneo es el edificio M-2, ya que en el mencionado edificio se concentra la mayoría de población estudiantil.</p> <p>Es importante que un comunicador social sea el encargado de dirigir el departamento con un equipo de trabajo y un presupuesto adecuado a sus necesidades.</p>
¿Qué perfil considera, debe tener el personal encargado del Depto. de Comunicación e Información?	Periodista Profesional con experiencia en los medios	Capacidad académica, de gestión, experiencia en el mercado proactivo y red de contactos	Graduado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y experiencia	
¿Cuántas personas deberían integrar el Depto. de Comunicación e Información?	cinco	10 a 12 personas	3	
Según Ud. Qué equipo técnico considera que debe implementarse para el funcionamiento del Depto. de Comunicación e Información?	<ol style="list-style-type: none"> 1. efe 2. edactor 3. otógrafo-camarógrafo 4. ecretaria 5. ensajero 	Programas actualizados, mobiliario, computadoras, internet, impresoras, plotter, línea telefónica y escáner	Equipo tecnológico y de trabajo actualizado	
¿Considera que debe existir una partida presupuestaria para el Depto. de Comunicación e Información?	Sí	Sí, para no depender del poco presupuesto que tiene asignada la ECC	Sí, es necesario	
¿Cuáles considera Ud. Que serían los mecanismos para el mantenimiento y buen funcionamiento del Depto. de Comunicación e Información?	Presupuesto Adecuado	Capacitaciones, herramientas de vanguardia	Actualización del personal y capacitación	

Elaboración propia

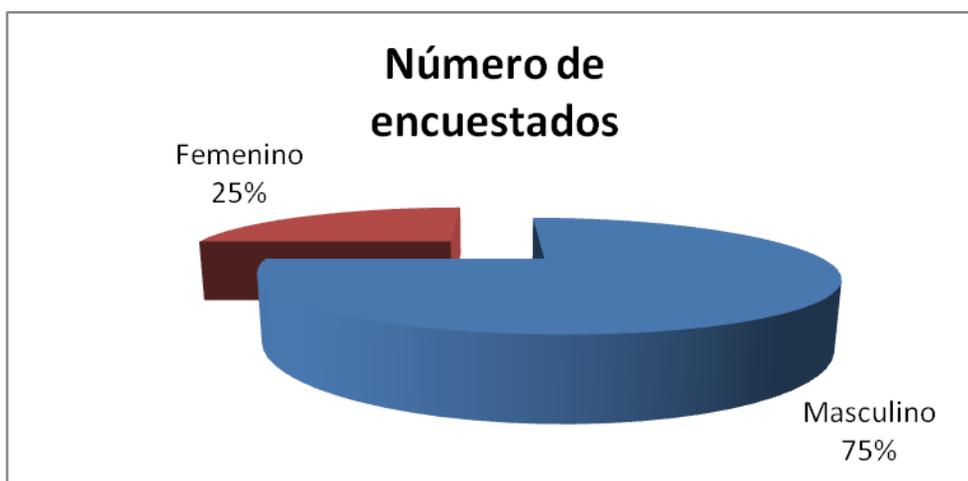
Fuente:

- Lic. Domingo Chiapas, Coordinador Comisión de Extensión
- Lic. Hugo Nery Bach, Coordinador de La Agencia
- Lic. Guillermo Ballina, Coordinador Unidad de Comunicación

II Fase

Se realizó una encuesta a los docentes del área de Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, específicamente a los profesionales que pertenecen al departamento de comunicación de la escuela referida. Los resultados de la encuesta se presentan en forma de gráfica para que el lector pueda apreciar los resultados de manera didáctica.

Gráfica 1

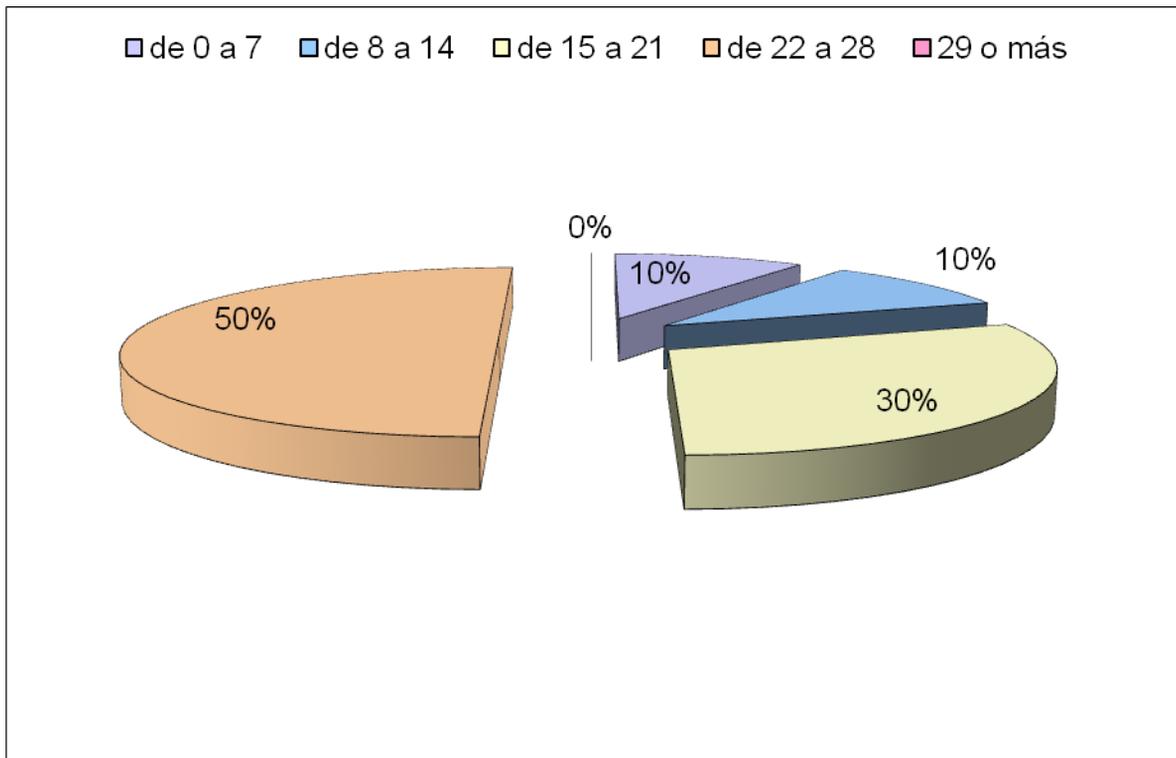


Fuente: Elaboración propia

De la muestra obtenida, el 75% de los encuestados que laboran en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, pertenecen al género masculino, mientras que el 25% son de género femenino.

2) Tiempo de laborar en la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Gráfica 2

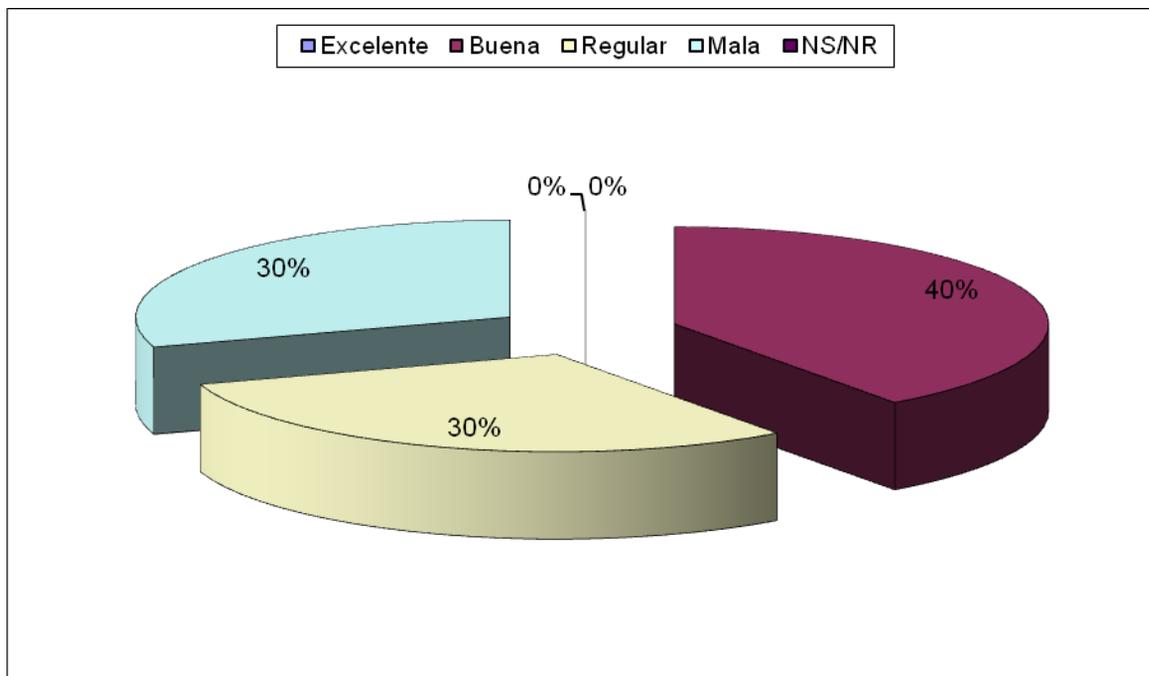


Fuente: Elaboración propia

Se puede constatar según la gráfica que la estabilidad laboral es un factor importante para el rendimiento y proyección de la administración de la Unidad Académica.

3) ¿Cómo considera la comunicación en la Institución en la que Ud. labora?

Gráfica 3



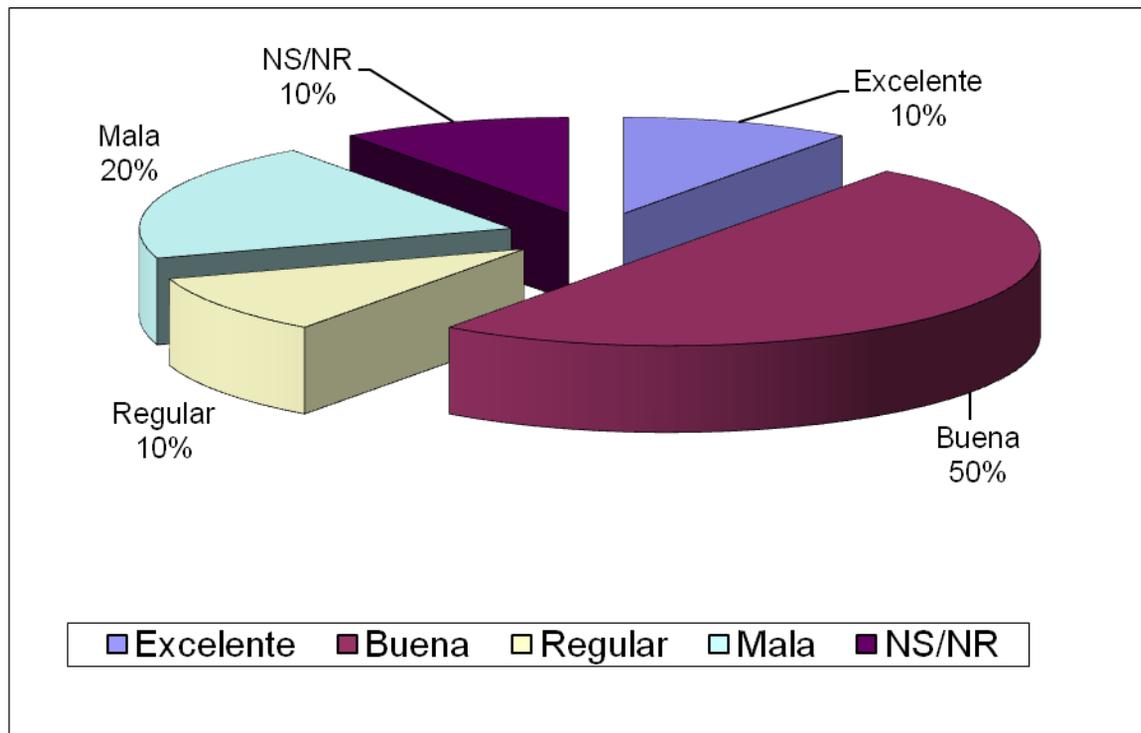
Fuente: Elaboración propia

El 40% de los encuestados consideran que hay una buena comunicación en la institución objeto de estudio, porque tienen las herramientas necesarias para informarse.

Un 30% indica que es regular porque ellos invierten recursos económicos para poder consultar los medios tecnológicos. El 30% restante indican que entre las principales razones, no cuentan con las herramientas de trabajo básicas (mínimas) para informarse de las actividades de la institución.

4) ¿Cómo considera la comunicación con sus superiores?

Gráfica 4

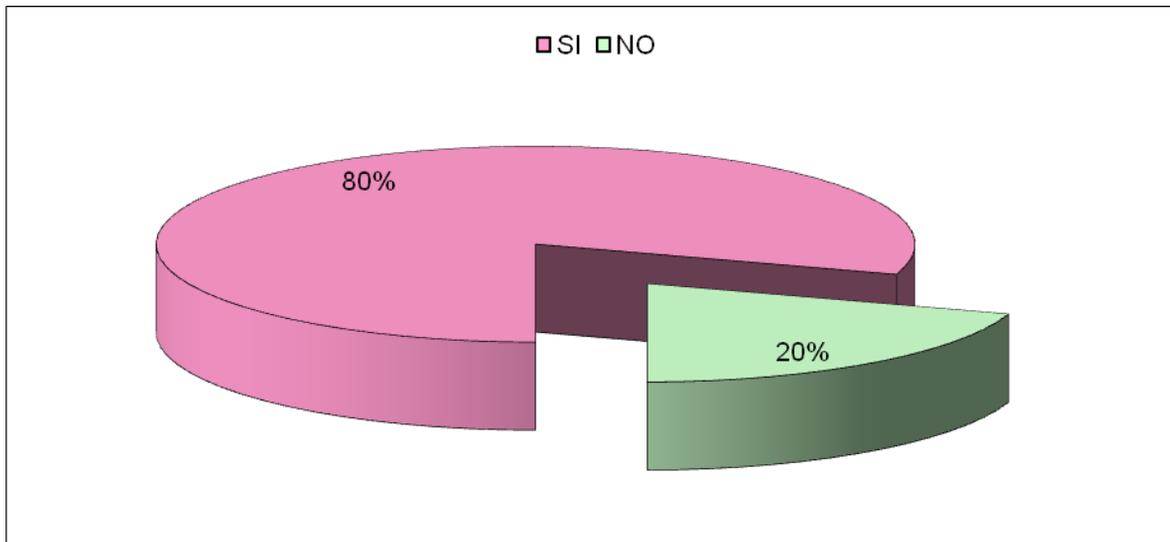


Fuente: Elaboración propia

A esta interrogante únicamente un 10% expresó que es excelente, por tener un diálogo directo con las autoridades. El 50% de los encuestados indican que la comunicación con sus superiores es buena porque tienen objetivos comunes. Un 10% expresa que es regular, por el poco contacto entre autoridades y docentes; otro 20% indican que es mala por las múltiples actividades que realizan, mientras que el resto no respondió.

5) ¿Existe rivalidad entre Coordinaciones con funciones similares?

Gráfica 5

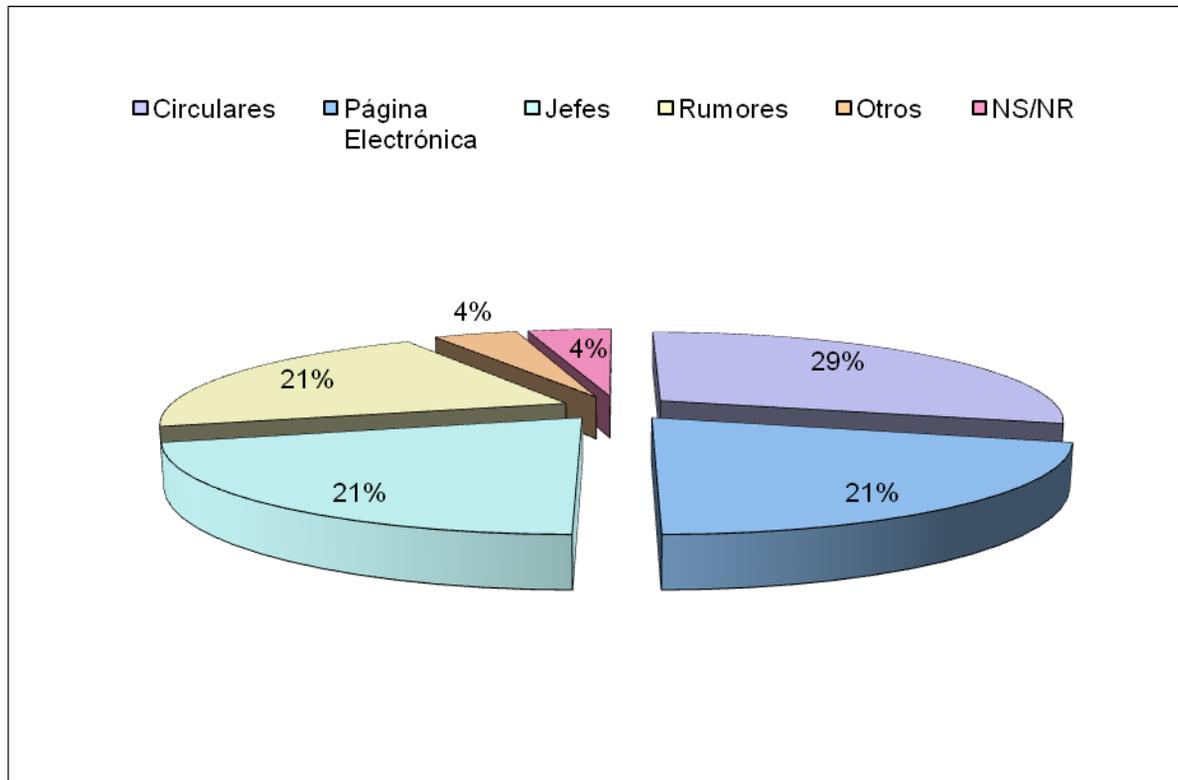


Fuente: Elaboración propia

A esta interrogante el 80% de los encuestados indicó que si existe rivalidad debido a que se percibe cierto protagonismo debido a que no hay un marco de orden en las distribuciones de actividades según la naturaleza de cada unidad. El otro 20% indicó que no hay rivalidad por complementarse las actividades entre grupos.

6) ¿Por cuál medio recibe información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica 6

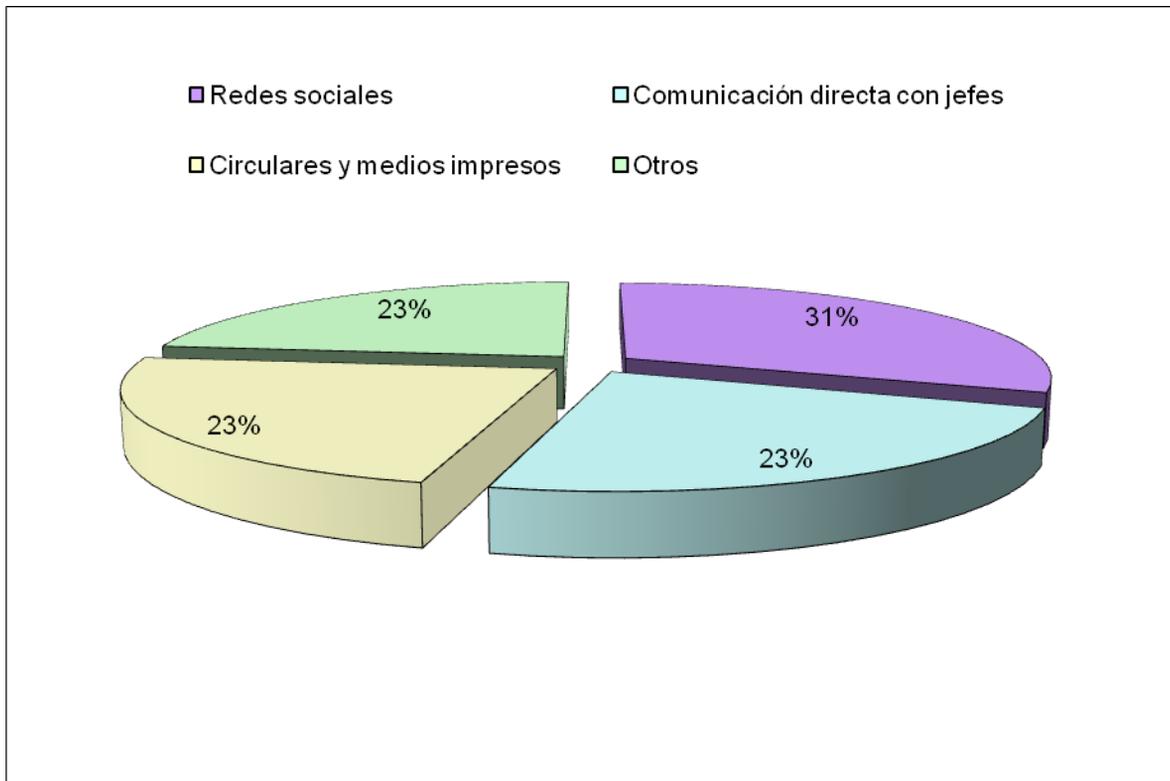


Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, los porcentajes de la gráfica muestran que el 29% indica que la circular es el medio más idóneo para informarse de las actividades internas en su unidad ya que no tienen acceso a internet en su área laboral. Un 21% afirma que es a través de la página web de su unidad porque ellos sí tienen acceso a medios electrónicos. Otro 21% indicó que es por medio de la comunicación directa con sus jefes, mientras que un 21% se entera por medio del rumor, sólo un 4% se entera por otros medios y el restante no respondió.

7) ¿Qué medio considera adecuado para información interna dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica 7

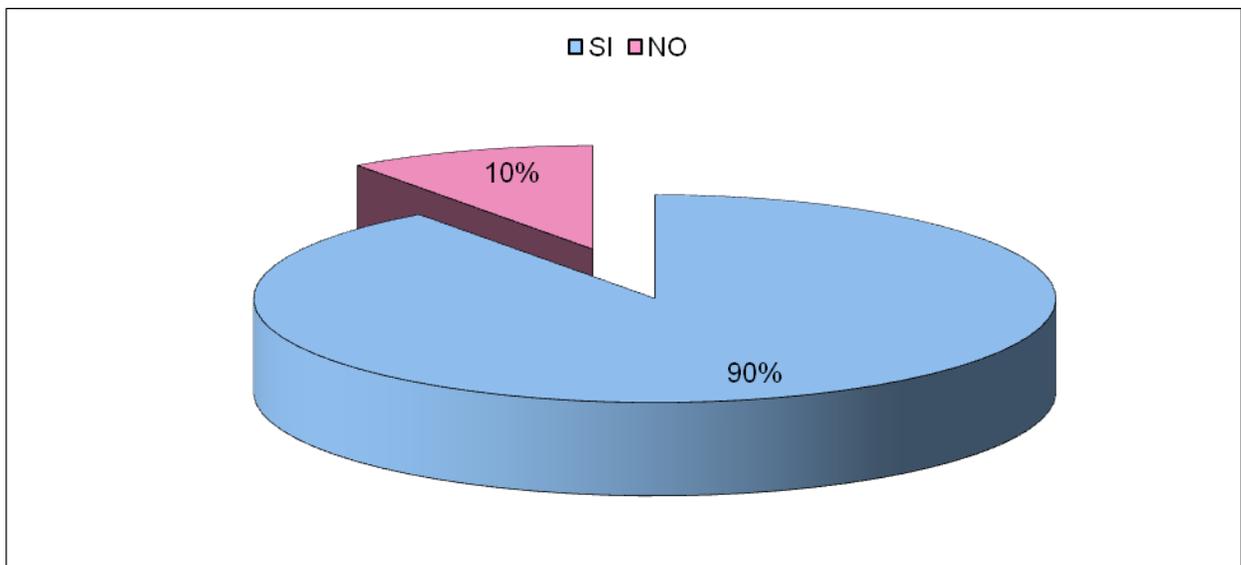


Fuente: Elaboración propia

El 31% indican que las redes sociales son el medio idóneo para obtener información interna, toda vez tengan acceso a los medios electrónicos, mientras que un 23% indicaron que puede ser por medio de una comunicación horizontal con sus jefes. El 23% de los docentes señala que es a través de circulares, el medio idóneo para enterarse de las diferentes actividades internas, y el 23% restante, se comunican por otros medios, por ejemplo vía telefónica.

8) ¿Considera necesario integrar un Departamento de Comunicación e Información?

Gráfica 8

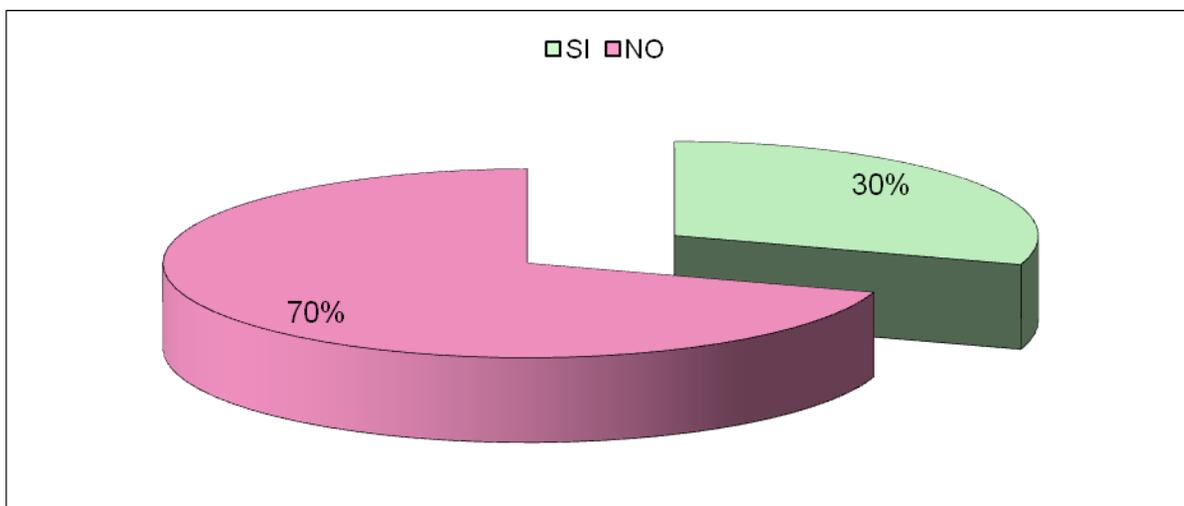


Fuente: Elaboración propia

El 90% de los encuestados, es decir la mayoría, consideran necesario que se integre un departamento de Comunicación e Información porque se centralizaría la información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Además, la integración contribuiría a dar una mejor imagen a la institución académica tanto interna como externa.

9) ¿Se cumple actualmente en la institución para la que labora, con comunicar e informar a la comunidad estudiantil, de las actividades internas y externas que se llevan a cabo durante el ciclo lectivo?

Gráfica 9

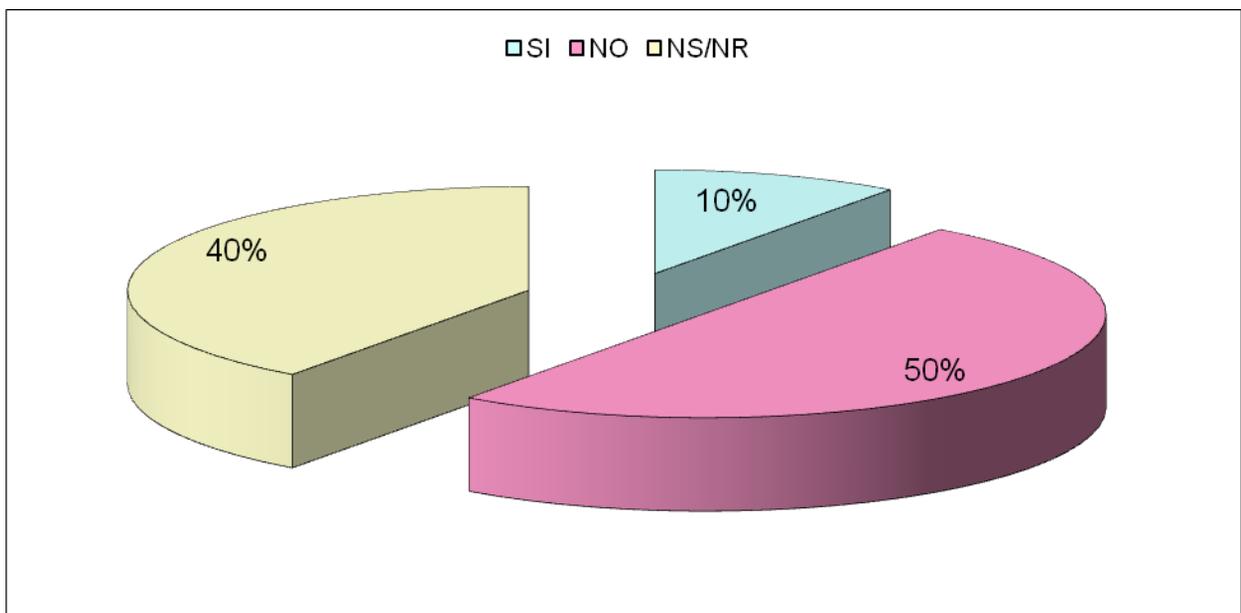


Fuente: Elaboración propia

Los porcentajes de la gráfica anterior son reveladores. La mayoría, el 70% indican que la información no llega al receptor debido a que la misma es centralizada solamente en el Edificio M-2, donde se encuentra la Administración y que las páginas Web no son suficientes para que llegue completamente el mensaje.

10) ¿Cuenta la Escuela de Ciencias de la Comunicación con presupuesto para un Departamento de Comunicación?

Gráfica 10



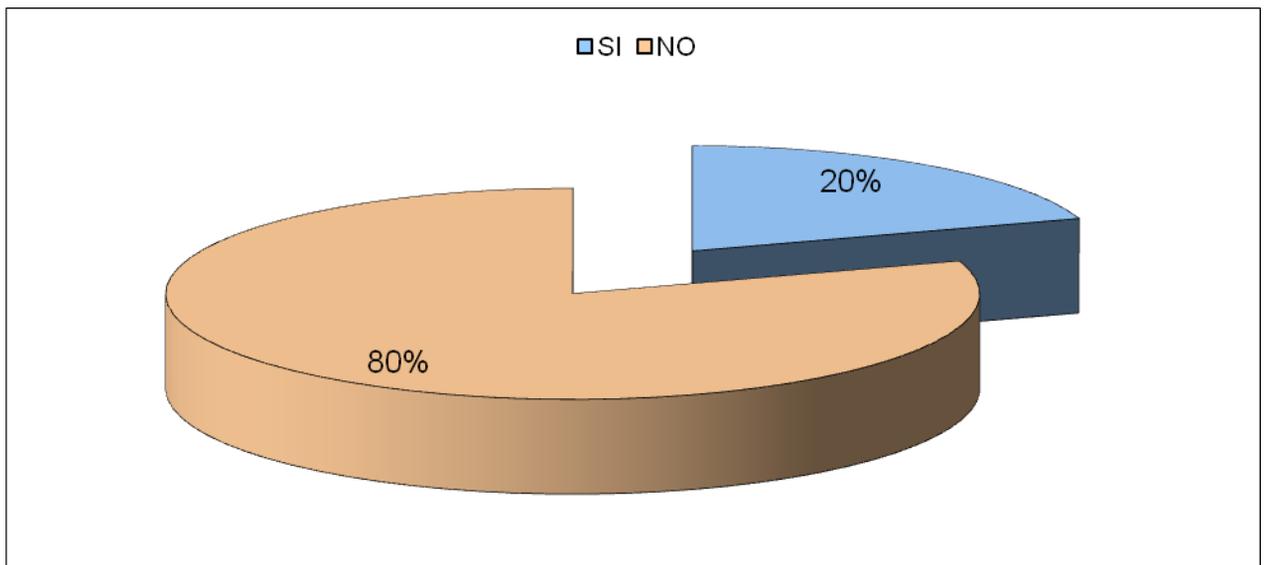
Fuente: Elaboración propia

A esta pregunta el 50% indican que no se cuenta con presupuesto para integrar un Departamento, cabe mencionar que la institución tiene asignado un presupuesto muy pobre con relación a otras unidades académicas dentro de la USAC. El presupuesto se utiliza en un 95% en cubrir salarios.

Un 40% indican que si se puede hacer una reorganización para conformarlo o por medio de convenios podrían brindar apoyo para poder implementarlo, un 10% indicaron simplemente que no saben.

11) ¿Se ha enterado de todas las actividades que realiza la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica 11

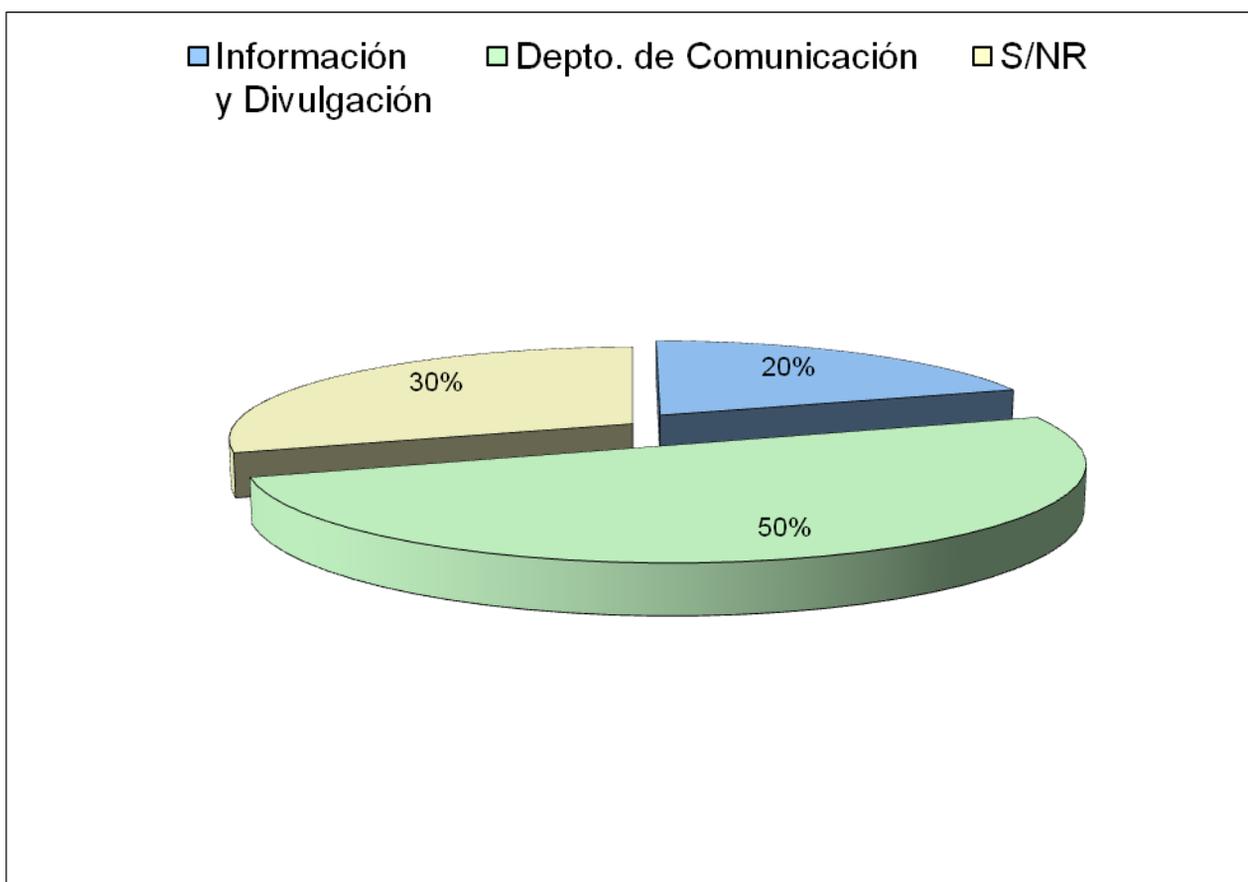


Fuente: Elaboración propia

De los encuestados, el 80% indican que no se enteran de las actividades que realiza la Escuela de Comunicación ya que no se maneja una comunicación interna efectiva por muchos factores, (no se cuenta con servicios de internet, el factor tiempo, o mala organización). Solamente un 20% conoce de las diferentes actividades por la cercanía con las autoridades.

12) ¿Qué nombre debería llevar dicho departamento?

Gráfica 12



Fuente: Elaboración propia

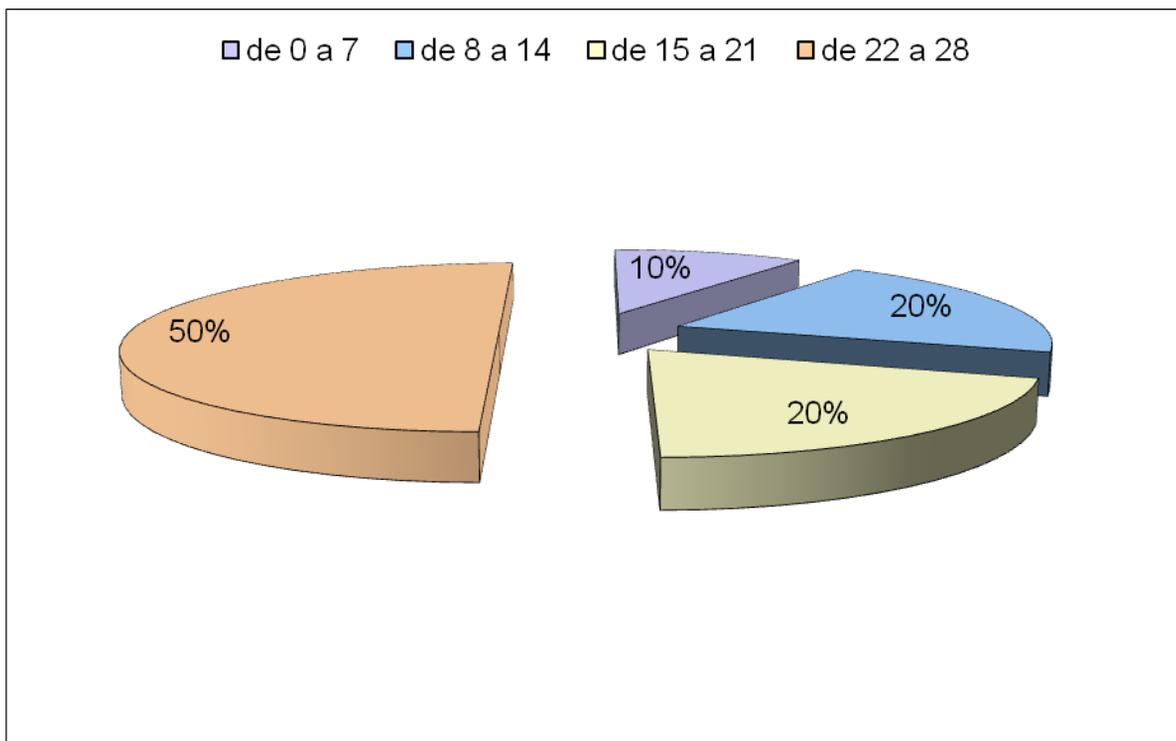
De acuerdo con las respuestas obtenidas por los encuestados en la gráfica 12 se ilustra que el 50% de los mismos coinciden en que debe llevar el nombre de Departamento de Comunicación. Otro 20% indicaron que Información y Divulgación sería el indicado y un 20% no saben o no respondió.

III Fase

Coordinadores de áreas y departamentos

1) Tiempo de laborar en la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Gráfica 1

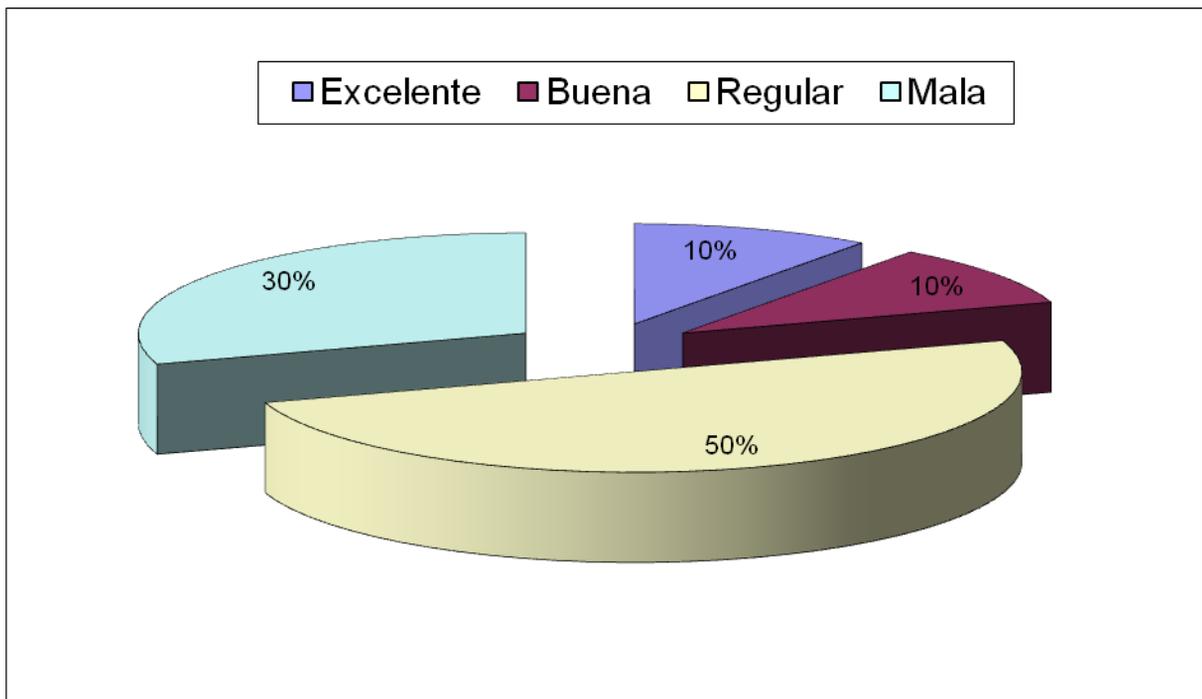


Fuente: Elaboración propia

Se puede constatar según la gráfica que la estabilidad laboral es un factor importante, ya que de las personas encuestadas, el 50% tienen un tiempo de servicio de 22 a 28 años.

2) ¿Cómo considera la comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica 2

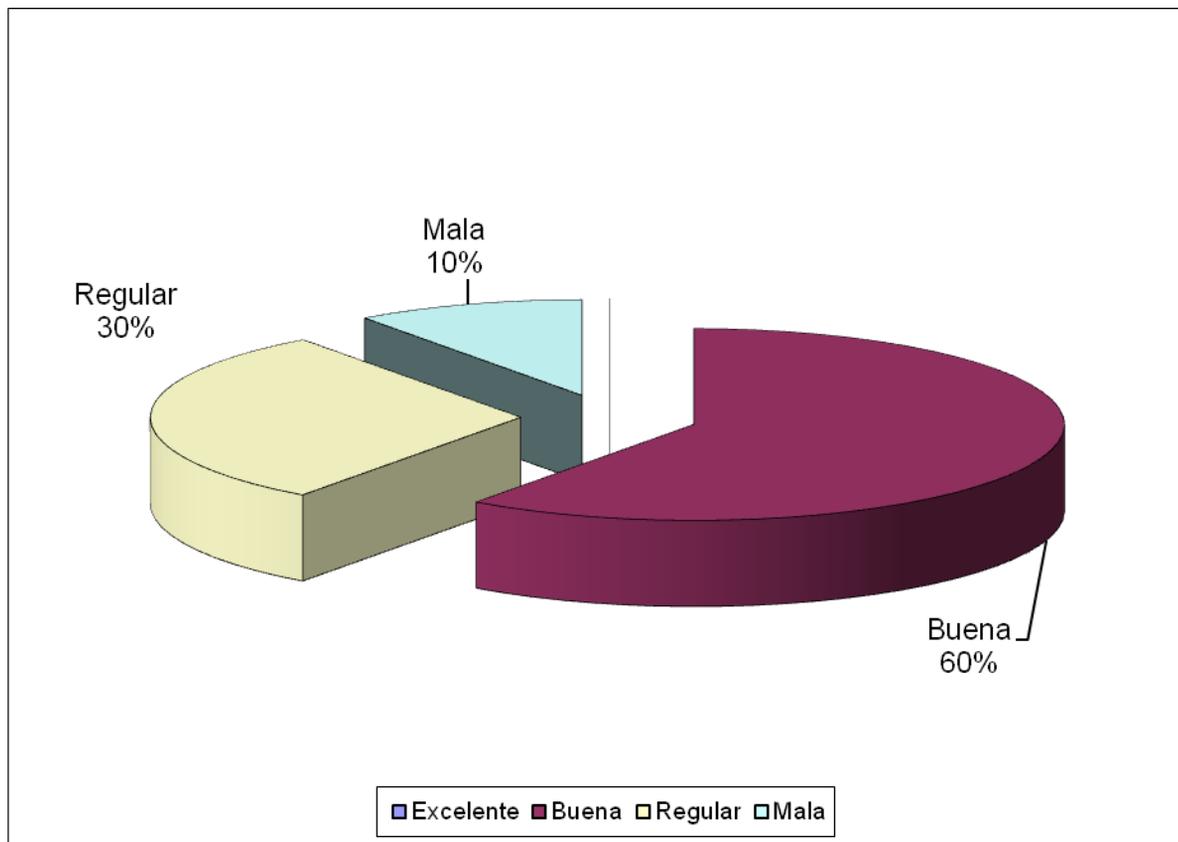


Fuente: Elaboración propia

El 10% de los coordinadores indica que la comunicación es excelente ya que tienen objetivos comunes con las autoridades. Un 10% expresa que es buena por tener acceso directo con sus superiores, mientras que el 50% de los encuestados indican que la comunicación es regular debido a que la comunicación no es clara y no hay un modelo abierto y el 30% restante, expresó que es mala porque existe falta de comunicación.

3) ¿Cómo considera la comunicación con sus superiores?

Gráfica 3

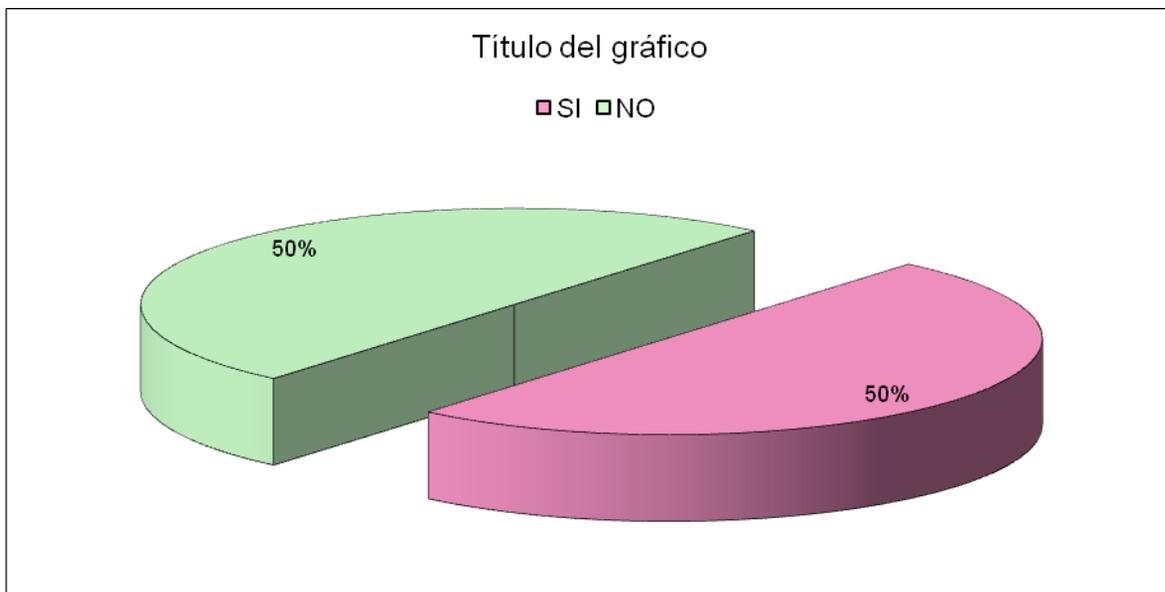


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anteriormente expuesta, los coordinadores se expresaron de la siguiente manera: Un 60% de la muestra indica que es buena, ya que mantienen una constante comunicación con las autoridades, un 30% que es regular por no tener objetivos comunes y el 10% indica que la comunicación es mala por surgir discrepancias entre mismos coordinadores y jefes.

4) ¿Existe rivalidad entre Áreas y Coordinaciones con funciones similares?

Gráfica 4

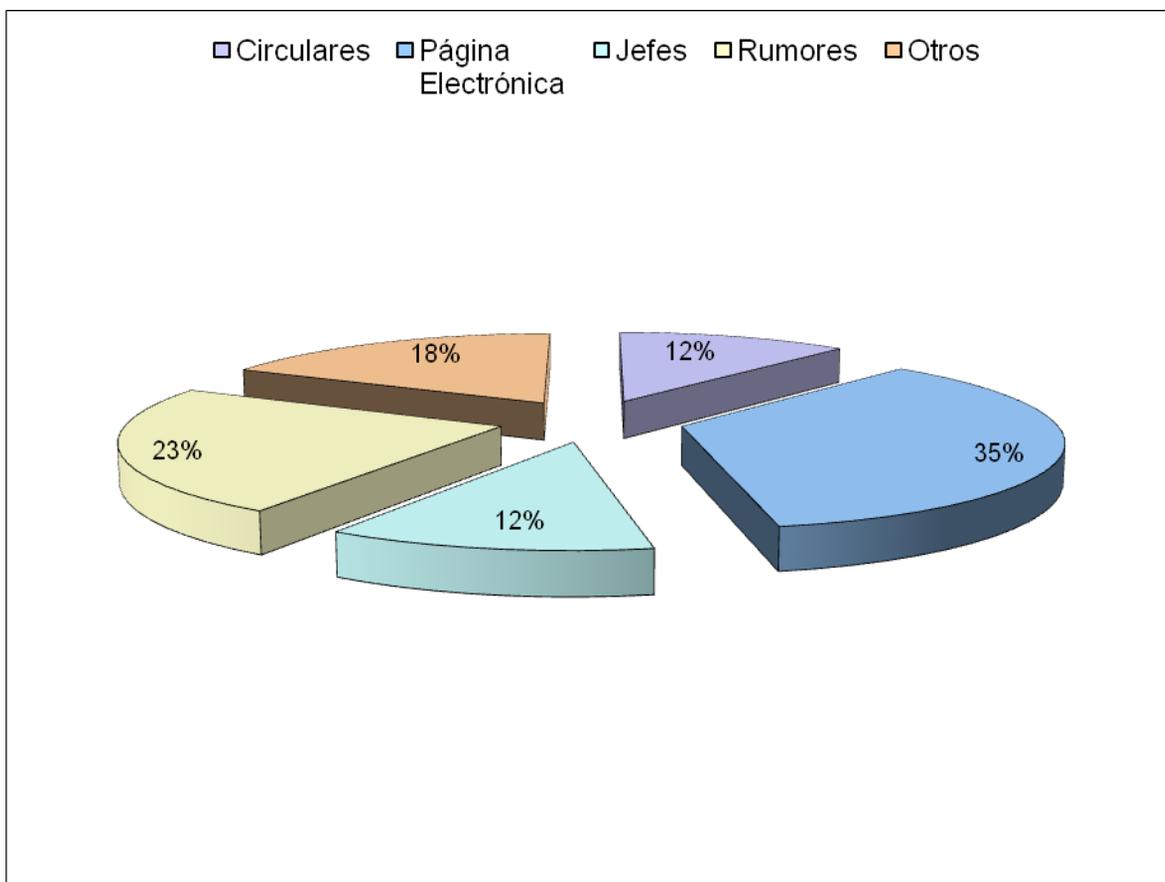


Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestados indican que sí existe algún grado de rivalidad entre departamentos que sirvieron de base para el trabajo de campo. Entre los argumentos cabe señalar que los departamentos estudiados no cuentan con un manual o planificador de funciones específicas, lo cual redundaría en problemas internos y por ende, en rivalidad de funciones. El 50% indicó que existe armonía y cordialidad entre coordinadores.

5) ¿Por cuál medio recibe información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica 5

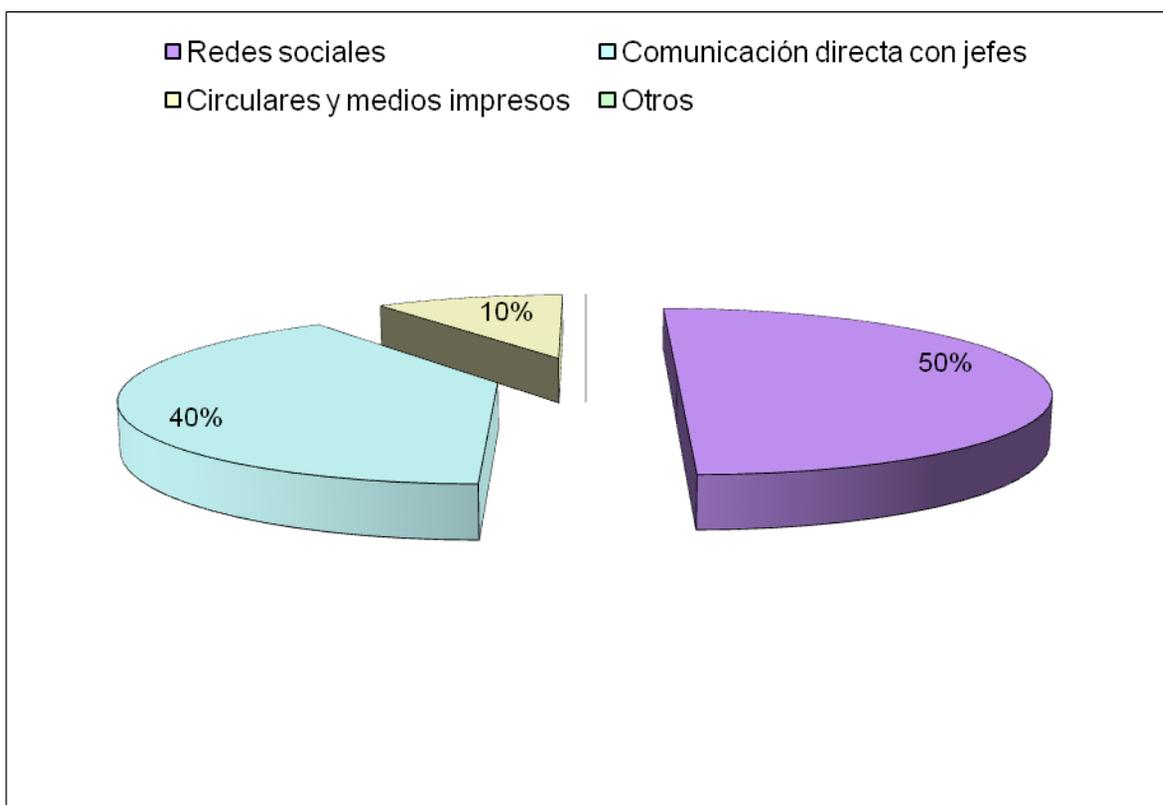


Fuente: Elaboración propia

Solo un 35% recibe información por medio de la página electrónica, mientras que un 12% prefiere la circular, ya que indican carecer de medios electrónicos, un 12% se entera por medio de sus jefes y el 23% de la muestra afirma que es por medio del rumor, finalmente el 18% expresó que es por otro medio. A raíz de estos porcentajes sería recomendable institucionalizar un medio que oficialmente traslade la información general de la unidad académica.

6) ¿Qué medio considera adecuado para información interna?

Gráfica 6

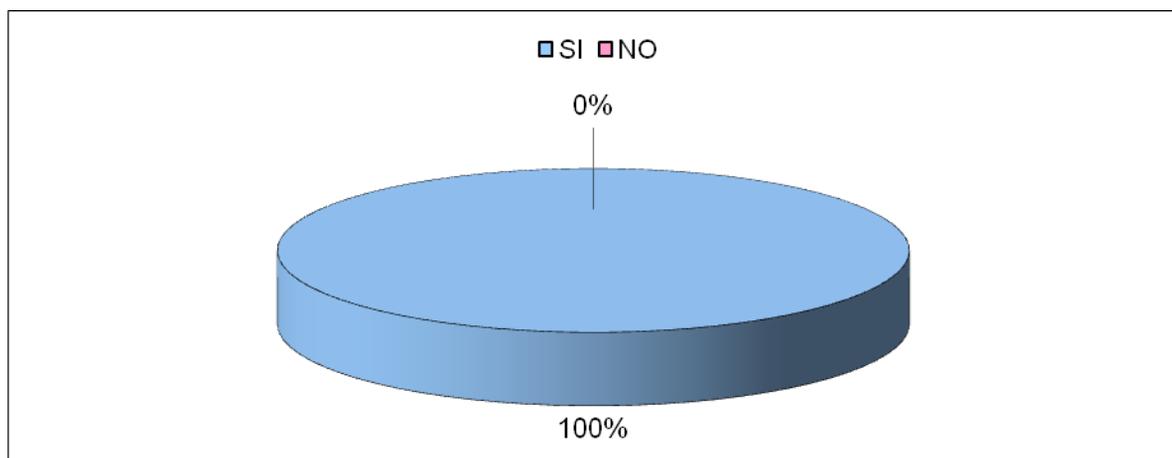


Fuente: Elaboración propia

Tomando como parámetro el alto porcentaje que opina de la importancia de las redes sociales, es recomendable generar la instalación y puesta en marcha de un sistema computarizado que permita la relación interna, a la vez que proyecte a la Escuela de Ciencias de la Comunicación como una entidad universitaria formadora de comunicadores actualizados.

7) ¿Considera necesario integrar un sólo Departamento de Información?

Gráfica 7

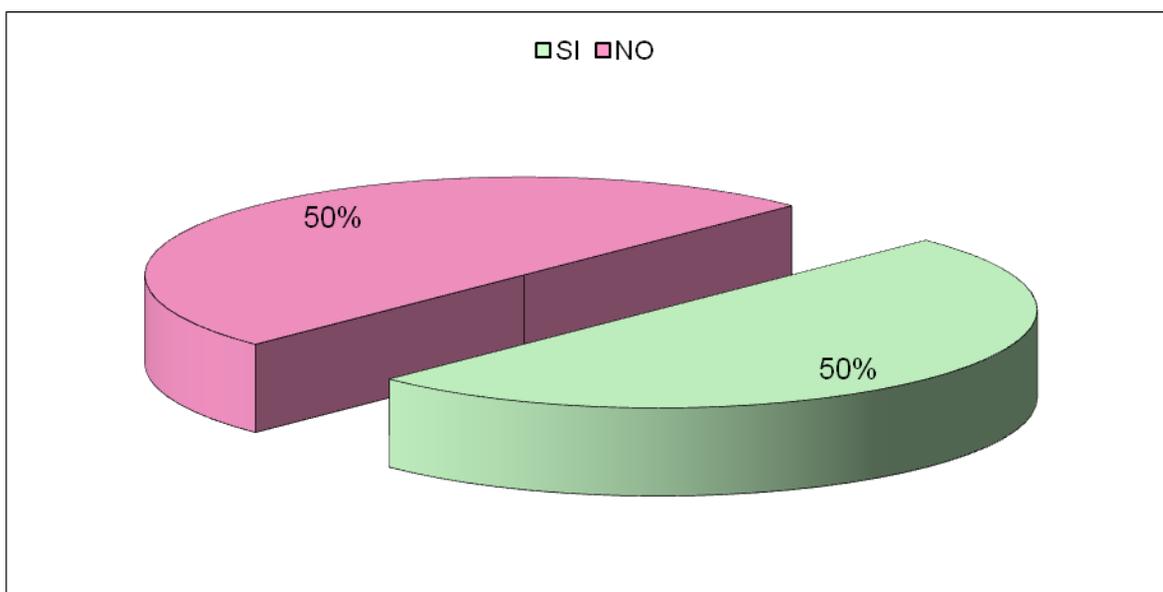


Fuente: Elaboración propia

El 100% consideran necesario la integración de las áreas que existen en la actualidad, en un único departamento de comunicación e información, destacan entre las principales razones: Que la institución mejoraría su imagen, existiría un mejor control de los flujos de información, además de dar un mejor servicio a los diferentes públicos internos y externos y reflejaría una mayor unidad como institución, evitando así la comunicación informal.

8) ¿Se cumple actualmente con comunicar e informar a la comunidad estudiantil?

Gráfica 8

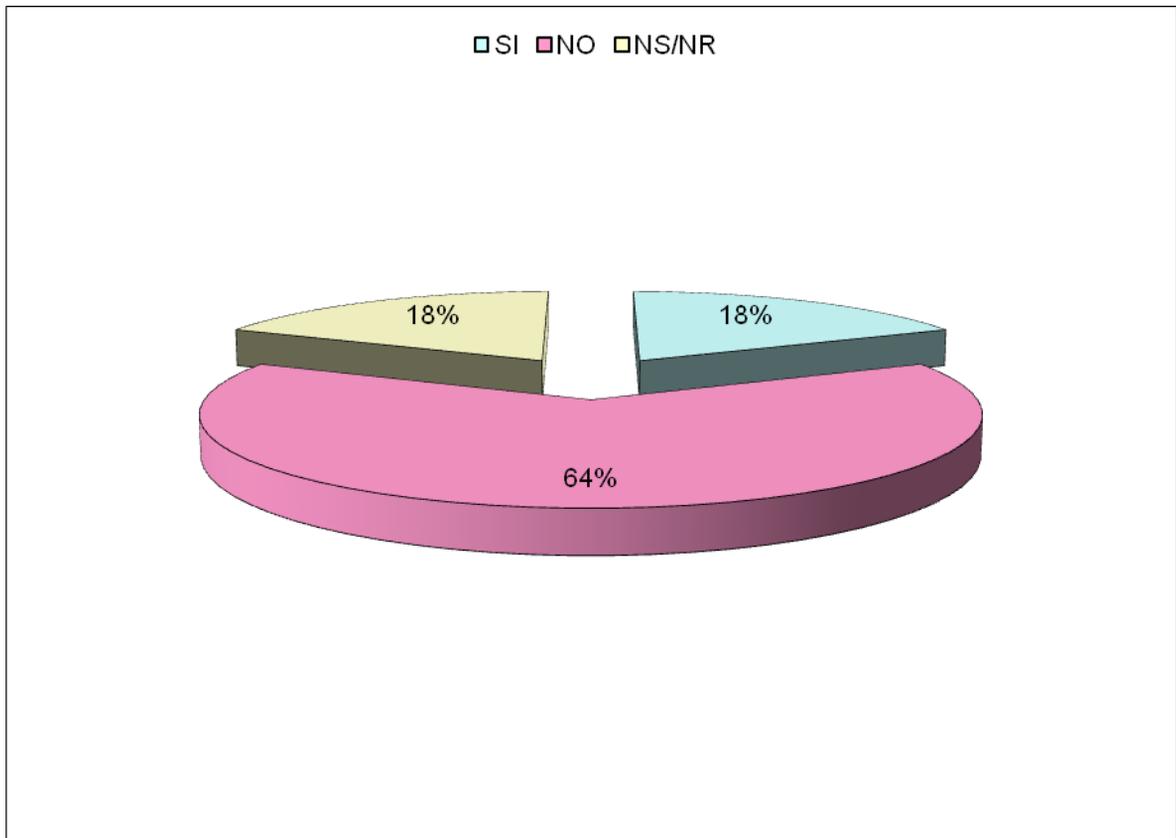


Fuente: Elaboración propia

La encuesta dio como resultado que el 50% de los coordinadores expresa que sí se cumple con comunicar e informar a la comunidad estudiantil, mientras el otro 50% expresaron que no es así, por la falta de recursos tecnológicos y humano.

9) ¿Cuenta la Escuela con presupuesto para un Departamento de Comunicación?

Gráfica 9

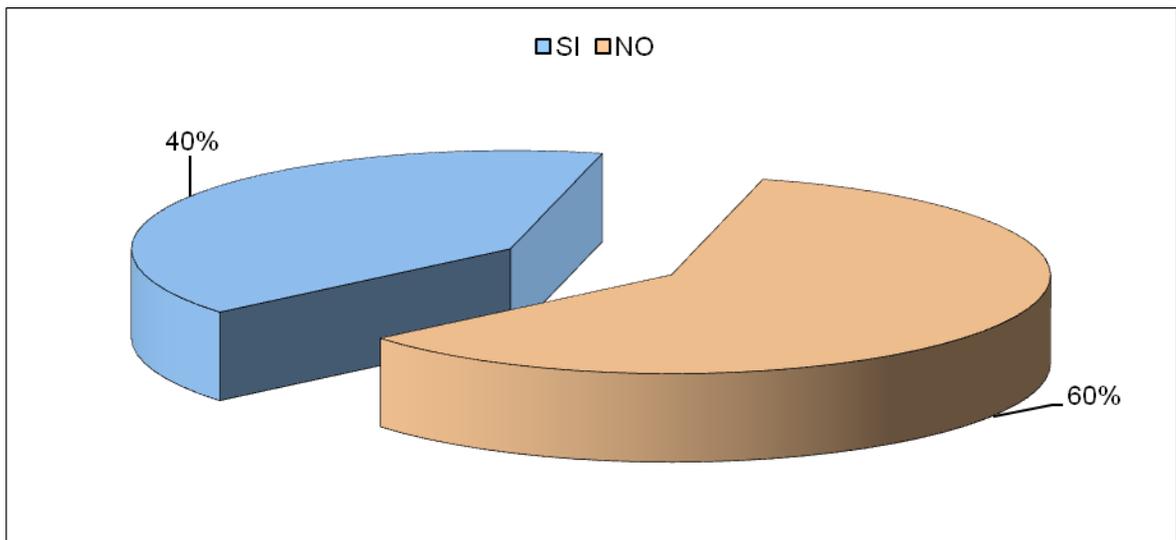


Fuente: Elaboración propia

Todo lo anterior nos lleva a la reflexión sobre la necesidad de aplicar convenios, estrategias o canjes que, sobre materiales y equipo institucionales afines a la Escuela de Ciencias de la Comunicación puedan donar o proporcionar en calidad de patrocinio, para lo cual la unidad académica daría las autorizaciones para ubicación e imagen de marca.

10) ¿Se ha enterado de todas las actividades que realiza la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Gráfica 10

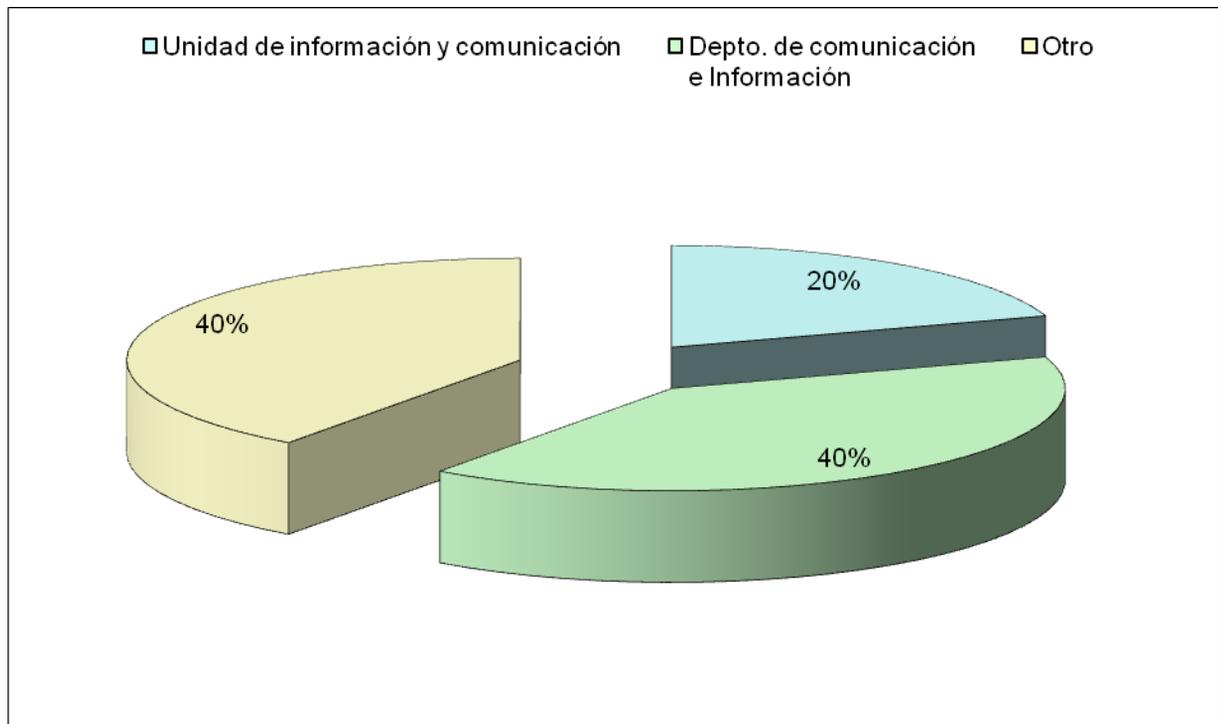


Fuente: Elaboración propia

Por lo anterior se deduce que es sumamente importante generar un medio informativo interno que permita dar cumplimiento a la necesidad de enterarse de las actividades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

11. ¿Qué nombre debería llevar dicho departamento?

Gráfica 11



Fuente: Elaboración propia

Un 40% de los encuestados indicó que debería llevar el nombre de Departamento de Comunicación e Información, otro 40% dijeron que otro y el 20% restante sugirieron Unidad de Información y Comunicación.

Consideraciones generales:

Con la finalidad de conocer los aspectos más relevantes de una institución, es fundamental conocer tanto los factores positivos como aquellos que valen la pena mejorar y que técnicamente se representan con las siglas FODA, que para el caso de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, se representan de la siguiente manera:

Factores	Fortalezas	Debilidades
	<p>Voluntad de las autoridades para la realización de acciones encaminadas al mejoramiento de la comunicación.</p> <p>Oferta académica</p> <p>Existen diferentes coordinaciones internas</p> <p>Existe una portal electrónico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con identificación y ubicación de espacio físico adecuado . Se requiere de más personal <p>Poca comunicación de los empleados</p> <p>Débiles relaciones interpersonales</p> <p>No se cuenta con un presupuesto específico</p> <p>El liderazgo existente es utilizado de manera inadecuada, hay más manipulación que liderazgo.</p> <p>Los medios que se deben utilizar para la comunicación no están en plena libertad de uso.</p> <p>Se carece de internet y línea telefónica</p>
	Oportunidades	Amenazas
	<p>Mejorar la imagen y el concepto que se tiene de la ECC</p> <p>Mejorar la comunicación e información integral</p> <p>Mejorar clima organizacional</p> <p>Reforzar capacitaciones y convivencias con el personal para lograr tener mejores relaciones interpersonales</p> <p>Difusión de un plan de comunicación organizacional</p>	<p>No existe acceso a la información interna</p> <p>Se carece del internet</p> <p>Rápido avance tecnológico</p> <p>Se carece de información escrita</p>

CONCLUSIONES

- 1. Según los grupos objeto de estudio, la integración de un departamento traería varios beneficios a la institución, entre los principales cabe mencionar una imagen corporativa renovada, un canal de información actualizado para las autoridades que integran el Consejo Directivo, un centro de orientación interno y externo y un medio al servicio de la población estudiantil, de los profesores y de todo el personal de la institución y por ende, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**
- 2. A raíz del diagnóstico realizado, se determinó que no hay una comunicación uniforme y oficial en la unidad académica, en relación a las funciones que se realizan, lo cual obstaculiza la comunicación y la imagen de la Escuela.**
- 3. Se identificó en los datos de la encuesta realizada, que la comunicación con las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y los coordinadores, es considerada por los dos grupos objeto de estudio, como aceptable; sin embargo, los encuestados reconocen que necesitan una interacción más constante que permita un mejor desempeño del trabajo en equipo que beneficie a la comunidad estudiantil.**
- 4. Los medios digitales son necesarios, más en una organización educativa con técnicas de comunicación avanzadas, por lo que se debe dar prioridad a la implementación de herramientas electrónicas modernas, para mejorar la comunicación interna y externa.**
- 5. Mientras se carezca de accesos electrónicos internos, se debe continuar informando a través de los medios escritos de las diferentes actividades que la unidad académica realiza, para que su público objetivo este informado.**
- 6. El trabajo integral según los encuestados, coadyuva a priorizar todas aquellas necesidades que beneficien al estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ya que ellos son la razón de ser de nuestra Alma Mater.**

RECOMENDACIONES PARA LA MEJORA

Al implementar el departamento de comunicación y de información se sugieren las siguientes recomendaciones:

- 1. Mejorar la calidad del departamento fomentando con la compra de equipo de trabajo acorde con las necesidades de información de la institución.**
- 2. Intensificar campañas de publicidad en radio y televisión para posesionar una imagen del departamento que sea atractiva y de calidad para el público.**
- 3. Que en la actual agencia de publicidad se realicen campañas publicitarias para informar a los interesados sobre los servicios que presta el departamento y de las temporadas de mayor afluencia de información.**
- 4. Mejorar continuamente los servicios del departamento, agregando nuevos productos o ventanas informativas que orienten de una mejor manera a su publico objetivo.**
- 5. Promover a través de campañas realizadas por estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, de las carreras técnicas y de licenciatura, de los diferentes servicios de información en línea que ofrece la institución en la actualidad.**
- 6. Comunicar hábilmente información acerca de los avances y servicios de la institución, es decir, por medio de la divulgación de actividades culturales, académicas y deportivas mantener la imagen renovada y dinámica del departamento.**
- 7. Incentivar a los estudiantes a colaborar e impulsar este proyecto de comunicación e información, involucrándose en las distintas actividades que realiza la Escuela de Ciencias de la Comunicación en pro del desarrollo de la misma.**

Propuesta para la integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala

2. Introducción

“El verdadero éxito no se obtiene, se conquista”

La siguiente propuesta surge como resultado de los datos obtenidos mediante el diagnóstico y el trabajo de campo, el cual consistió en la realización de entrevistas y encuestas a los dos grupos sujetos de estudio.

3. Justificación

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es una institución formadora de profesionales en comunicación y deseosa de contribuir al encuentro de soluciones a los problemas nacionales.

Estas funciones obligan a la unidad académica a fortalecer y optimizar sus esfuerzos de comunicación, tanto en la readecuación estructural como en la creación de mensajes.

En el diagnóstico efectuado, se constato que no existe oficialmente un departamento de comunicación que deba ser parte de la línea organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, las principales líneas comunicativas -Información, Divulgación, y Relaciones Públicas, están asignadas dispersamente entre varias oficinas y con poca vinculación.

Al indagar en el funcionamiento de la unidad de comunicación, se determinó que en esa dependencia no se realizan actividades de relaciones públicas ni de protocolo y ceremonial, las cuales están a cargo de otra coordinación que así lo necesite esporádicamente. Asimismo, no existe una imagen corporativa real debido a que no hay una interrelación comunicacional entre unidades.

Todas las unidades académicas universitarias deben estar enlazadas y tener una comunicación con objetivos comunes. Para ello la Universidad de San Carlos de Guatemala estableció tres programas: Docencia, Investigación y Extensión y dos ejes, el administrativo y de liderazgo político, que define la estructura organizacional de la universidad, ente articulador de las unidades que conforman esta organización.

4. El Departamento de Comunicación e Información se basará en los principios:

Integridad: Se pretende ubicar a la unidad en la diversidad de los enfoques teóricos y metodológicos de la comunicación, así como en los niveles de Coordinación de las instancias de la Dirección.

Historicidad: Divulgar la memoria histórica de la USAC así como de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de acuerdo con las condiciones actuales de Guatemala.

Contextualización: Responder a las expectativas y demandas comunicacionales de la comunidad universitaria, así como de la sociedad guatemalteca.

Articulación: Valorar los esfuerzos de las diferentes unidades académicas y dependencias que promueven la comunicación y la relación entre las instancias académicas del país (otras universidades).

Singularidad: Centra la comunicación como eje transversal en el quehacer de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en las áreas científicas, académicas, tecnológicas y de extensión.

Libertad: Presentar opciones para ejercer juicios críticos que beneficien el desarrollo de la institución y adoptar iniciativas para fortalecer a la misma.

5. **Misión:** Ser un grupo de profesionales multidisciplinarios encargados de velar por la comunicación, información y divulgación a lo interno y externo de la institución, agilizando con las herramientas necesarias la constante actualización y proyección positiva de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para estar en concordancia con la globalización.
6. **Visión:** Ser el departamento pionero en brindar al cliente interno y externo las herramientas necesarias para obtener la información requerida en el momento exacto, con la veracidad, objetividad y rapidez, que se merecen.

7. Objetivos

7.1 Objetivo principal

Impulsar la creación de un Departamento de Comunicación e Información que tenga como fin la ejecución, coordinación y evaluación de estrategias y acciones informativas, divulgativas, protocolarias, de relaciones públicas y de identidad institucional contenidas en una política comunicacional, que contribuyan al relacionamiento entre los miembros de la institución objeto de estudio.

7.2 Objetivos específicos

- Generar opinión sobre las distintas actividades que desarrolle la Comisión de Extensión o la Unidad Académica, sobre planteamientos, programas e iniciativas, en beneficio de la educación.
- Determinar parámetros para la gestión de la cultura de comunicación institucional apoyada en acciones que promuevan los cambios de comportamiento, basados en los principios y valores institucionales.
- Definir lineamientos para la construcción de una plataforma unificada e integral de medios internos y externos de divulgación, información y participación, con el fin de optimizar recursos, unificar la identidad y el mensaje institucional, para fortalecer la imagen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación ante la comunidad universitaria y sociedad guatemalteca.



- Posicionar y consolidar la normativa protocolaria institucional que sea de uso general y permanente en todas las actividades académicas, culturales, científicas y sociales.

8. Estructura organizacional

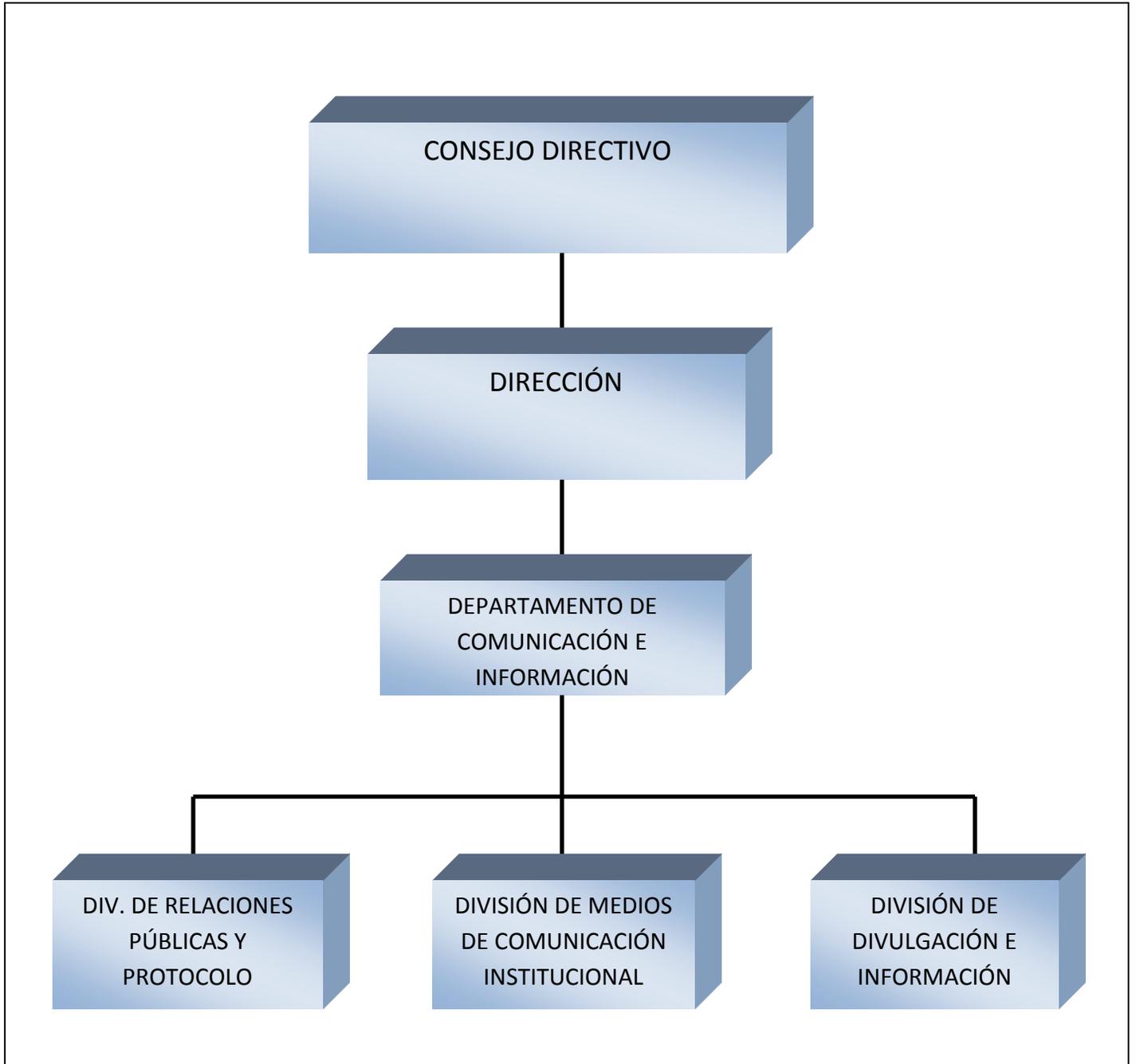
Descripción de la estructura organizativa: El Departamento de Comunicación e Información depende en línea directa de la Dirección. Este será el máximo órgano asesor de la dirección.

8.1 Las dependencias que la conforman son:

- Departamento de Comunicación e Información
- División de Relaciones Públicas y Protocolo
- División de Medios de comunicación institucionales, que incluyan la coordinación del periódico institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el sitio web.
- División de Información y Divulgación

Estas dependencias trabajan a lo interno y a lo externo de la Escuela.

9. PROPUESTA DE ORGANIGRAMA DE LA ECC



Fuente: Elaboración propia

10. **Recurso Humano**

Para el cumplimiento de los objetivos y funciones del Departamento de Comunicación e Información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, este está organizado con los siguientes puestos:

- **Coordinador General de Comunicación e Información**
- **Asistente de la División Relaciones Públicas y Protocolo**
- **Asistente de la División de Medios de Comunicación**
- **Asistente de Información y Divulgación**

10.1 **Cargo: Coordinador General de Comunicación e Información**

Naturaleza del Puesto:

Trabajo de decisión que consiste en planificar, coordinar, dirigir y supervisar actividades profesionales, técnicas y administrativas del Departamento, facultado de promover el desarrollo de la comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Requisitos de formación y experiencia

- **Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Experiencia en supervisión de recurso humano, profesional, técnico y administrativo. Colegiado activo.**

Funciones:

- **Coordinar programas de comunicación en colaboración con los diferentes responsables de las coordinaciones, unidades académicas, dependencias, centros regionales de la Universidad.**
- **Planificar la proyección pública del Director como un objetivo más de la imagen de la Escuela.**
- **Ejercer el papel de portavoz de la Escuela de Comunicación en todas las comunicaciones hacia el exterior ante los medios de comunicación**

- Gestionar y controlar la producción de todos los soportes de comunicación institucional, con el apoyo de las autoridades de la institución.

10.2 División de relaciones públicas y protocolo

Objetivos:

- Generar y promover los espacios para la participación y relación de todos los sectores internos (estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicios).
- Consolidar la normativa protocolaria institucional que sea de uso general y permanente en todas las actividades académicas, culturales y sociales.
- Proyectar una personalidad institucional definida y estandarizada en el uso de los elementos de comunicación visual y lingüística, con una misión y visión propia, como objetivos primordiales.

Funciones:

- Mantener un directorio de medios y de periodistas actualizado
- Cuidar de la actualización de un directorio interno para el servicio de otras coordinaciones
- Monitorear informaciones y opiniones publicadas en los medios de difusión masiva sobre la Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Universidad de San Carlos de Guatemala
- Coordinar una agenda de las principales actividades de dirección y de las áreas de docencia, investigación y extensión en función de priorizar su divulgación
- Establecer canales de comunicación con las distintas dependencias que conforman la comunidad universitaria y brindar un enfoque de integración para el desarrollo de la educación.
- Cuidar la aplicación correcta sobre la identidad gráfica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, misma que sea reconocida dentro y fuera de la Universidad.
- Ofrecer asistencia al personal de la Escuela sobre normativa protocolaria, asesoramiento a la población estudiantil, para la realización de actividades que realicen con públicos internos y externos.

10.3 División de medios de comunicación

Objetivos:

Coordinar y dirigir los medios de comunicación internos, con la finalidad de proyectar a la Escuela de Comunicación en los niveles internos y externos.



Funciones:

- Ejecutar una política de comunicación en materia de radiodifusión, televisión, periódico y página web.
- Conformar y presidir los consejos editoriales específicos de los medios de comunicación y de publicaciones que realice la Institución.
- Velar por el cumplimiento del reglamento interno de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

10.4 División de información y divulgación

Objetivos:

Difundir la producción académica, investigativa, extensiva, para una cobertura universitaria y abrir espacios específicos. Generando actividades, planteamientos, programas e iniciativas universitarias.

Funciones:

- Generar y producir boletines informativos, que se distribuyan en forma impresa y digital
- Diseñar, producir y distribuir materiales informativos adicionales que apoyan la divulgación institucional
- Mantener relaciones con los medios masivos en sus niveles altos como directores y jefes, así también con los reporteros, mantiene una relación personal con estos últimos.
- Trasladar información a otras unidades que tengan relación con la institución.
- Fomentar el intercambio intelectual con entidades similares

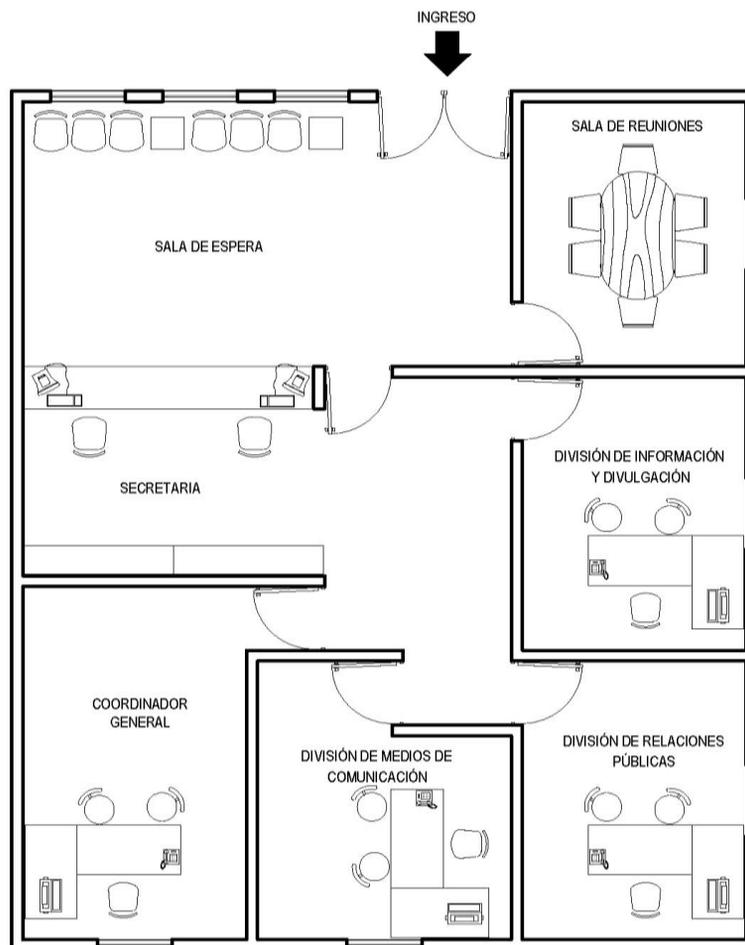
11. Resumen de las actividades que debe priorizar el departamento de comunicación e información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

- **Publicaciones:** informes anuales, folletos, artículos, materiales audiovisuales y boletines informativos y revistas de la unidad académica.
- **Eventos:** conferencias, seminarios, actos de graduación, exámenes de graduación, de recuperación, concursos de oposición, inicio de clases, aniversarios y patrocinios deportivos y culturales.
- **Noticias** de la institución y su personal administrativo, docente, de servicios y del alumnado.

- **Actividades del servicio público:** divulgar todo lo que realiza el Departamento de Extensión y divulgación de la institución que apoye actividades sociales.
- **Identidad de medios:** luchar para crear una identidad visual que el público reconozca de inmediato logotipos de la institución, papelería, folletos, letreros, la oferta de carreras que ofrezca la Escuela de Ciencias de la Comunicación, entre otras.

12. Ubicación de oficinas y área de trabajo

Propuesta de un sistema con enfoque interinstitucional para el Departamento de Comunicación e Información en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.



Fuente: Elaboración propia

13. Propuesta para ingresar a medios electrónicos

En la actualidad se realizan distintas actividades y estas son publicadas y actualizadas a través de la página electrónica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Sin embargo, la mayoría de interesados en ingresar a esta institución, se presentan a las instalaciones para que se les proporcione información, pues no siempre tienen acceso a medios electrónicos.

Dentro de la propuesta de investigación, se recomienda instalar cabinas de consulta en ambos edificios, en espacios protegidos para el buen uso del equipo, que beneficiará al estudiantado.



Fuente: Elaboración propia

14. Propuesta de espacio físico en los distintos edificios que pertenecen a la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ubicación del espacio físico que se encuentra en el Edificio de Bienestar Estudiantil, primer nivel.



Propuesta de un modulo de información que apoyará al Departamento de Comunicación e información de la ECC, éste se ubicaría en el Edificio de Bienestar Estudiantil, primer nivel.



Fuente: Elaboración propia

Ubicación del espacio físico que se encuentra deshabitado en el Edificio de M-2, primer nivel.



Propuesta de un modulo de información que apoyará al Departamento de Comunicación e información de la ECC, éste se ubicaría en el Edificio M-2. primer nivel.



Fuente: elaboración propia

Bibliografía

1. **Almenara Aloy, Jaume. 2005 Comunicación Interna en la empresa. editorial UOC, Barcelona72 p.**
2. **Barrera Valle, Enma Aracely. Septiembre 2007.Tesis Propuesta de creación del departamento de relaciones públicas para la Facultad de Arquitectura en la Universidad de San Carlos de Guatemala.52 p.**
3. **Bernays Freud, Edward. 1998. Cristalizando la Opinión Pública. España. Editorial 2000. 89 p.**
4. **Borman Ernesto G. 1974.La Comunicación un problema de la Organización. Bilbao Editorial Deusto.**
5. **Bonilla Gutiérrez, Carlos. 1998. La comunicación funciones básicas de las Relaciones Públicas. México. Editorial Trillas. 109 p.**
6. **Berlo, Davi K. 1992.El proceso de la comunicación. México. Editorial El Ateneo.**
7. **Cabrero, José. 1994. Relaciones Públicas, España, editorial Hispano.210 p.**
8. **Catálogo de Estudios de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 1996.**
9. **Del Toro y Gisbert, Miguel. Diccionario Larousse Español, Madrid España.**
10. **Diccionario Ilustrado de la Lengua Española Océano. 1996. España Editorial Océano.**
11. **Estrada Furlan, Mario. 1977. Las Relaciones Públicas y su importancia dentro de la empresa moderna en Guatemala. Editorial José Pineda Ibarra. 86 p.**
12. **Fernández Collado Carlos. 2002. La Comunicación en las Organizaciones. México Editorial Trillas. 380 p.**

13. **Fernández Escalante Fernando M.1993. Ciencia de la información y Relaciones Públicas: Teoría de la Opinión Pública. Bogotá. Ediciones Machi**
14. **Fernández Collado, Carlos. 2006. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas 2da. Edición México. Págs. 12, 49,64.**
15. **Homs Ricardo Quiroga. 1990. La Comunicación en la Empresa. Grupo Editorial Iberoamericana, México.**
16. **Lee Thayer. Comunicación y sistemas de comunicación en las organizaciones. Ediciones Península, Rigsa, Estruch. Barcelona España. 255 p.**
17. **Lucas Marín Antonio, García Galera Carmen, José Antonio Ruiz San Román. 1999. Sociología de la Comunicación. España. Trotta. 276 p.**
18. **Manual de Organización de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, aprobado por el Consejo Directivo, Punto Tercero, Acta Extraordinaria de fecha 24/10/06.**
19. **Martín Martín, Fernando. 1995. Comunicación en empresas e instituciones. Editorial Universidad Salamanca. España.**
20. **Mérida González, Aracelly Krisanda. 2009. Guía para elaborar y presentar la tesis. Guatemala. Editorial Arakris.118 p.**
21. **Mérida González, Aracelly Krisanda. 2009. Búsqueda bibliográfica. Redacción de referencias y citas dentro del texto. Guatemala. Editorial Arakris. 45 p.**
22. **Miranda García, Ana Raquel. 2004. Tesis Estudio de factibilidad para la creación de un departamento de relaciones públicas. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 67 p.**
23. **Molina y Vedia, Silvia. Comunicación Política y Opinión Pública. Asociación Mexicana de Investigación de la Comunicación. UNAM/AMIC, México. Mayo 2010.**

24. Paoli, Antonio. 2000. Comunicación e información. 11ª. Edición. México: Trillas
25. Pasquali Antonio. 1978. Comprender la comunicación. Venezuela: Monte Ávila Editores. 312 p.
26. Porrás Rodríguez, Lydia Stella. 1982. Ética profesional. Relaciones Humanas, Relaciones Públicas y laborales. 4ª. Edición. 348 p.
27. Ramos Padilla, Carlos G. 1991. “La Comunicación un punto de vista organizacional”. Editorial Trillas, Págs. 13 a 25. Primera edición México.
28. Schultz, Johannes. 1985. Estrategias eficaces de ventas. México.
29. Trelles Rodríguez, Irene. 2006- Comunicación Organizacional. Editorial Empresa Editora Poligráfica Félix Varela. Págs. 71

TESIS

30. Alegría Herrera, Oscar René “Propuesta de estrategias comunicacionales internas y externas para crear una imagen positiva del Ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala” agosto 2003
31. Cabrera Maldonado, Bianka Adriana “Diagnostico y propuesta de comunicación/Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Marzo 2001

E-Grafías

32. WIKILWARING.COM www.wikilearning/comunicacion-1151478.com
33. <http://www.sappiens.com/castellano/articulos.nsf/RiesgosLaborales>
34. <http://www.maestrosdelweb.com/comunicación>
35. [http://www.consultor-seo.com/\(2009,12\)](http://www.consultor-seo.com/(2009,12))



36. **Comunicación e Información. Perspectivas Técnicas (Antonio Paoli; Capítulos 1 Y 2). BuenasTareas.com. Recuperado 12, 2009, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Comunicacion-e-Informacion-Perspectivas-Tecnicas-Antonio-Paoli/83763.html>**

Leyes:

Decreto 58 -2008 del Congreso de la República de Guatemala. Ley de Acceso a la Información Pública.

Anexos

Cuestionario No. 1

A) Encuesta a Coordinadores de la Comisión de Extensión, La Agencia y la Unidad de Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Este cuestionario forma parte de una tesis de grado, el cual tiene como objetivo realizar una propuesta para la integración de un departamento de comunicación e información en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. El cuestionario es de valor colectivo, en ningún momento los datos que usted proporcione se utilizarán como fin de evaluación personal.

Toda información que usted proporcione será valiosa y se le garantiza total confidencialidad.

1) ¿Qué actividades realiza en su coordinación?

2) De las actividades anteriores, ¿Cree Ud. Si tienen relación con otros departamentos?

SI NO ¿POR QUÉ? _____

3) Considera Ud. Que los cuatro departamentos (Comisión de Extensión, Comunicación, Protocolo y la Agencia) podrían integrarse para formar un solo Departamento de Comunicación.

SI NO ¿POR QUÉ? _____

4) ¿Qué ventajas cree Ud. Que tendría para la Institución la integración de un Departamento de Comunicación? _____

5) ¿Qué desventajas cree Ud. Que tendría para la Institución la integración de un Departamento de Comunicación? _____

6) ¿Qué área geográfica considera Ud. que sería la ideal para el funcionamiento del departamento en mención?

a) Edificio M-2

b) Edificio de Bienestar Estudiantil

c) Otro Especifique _____

7) ¿Qué perfil considera Ud. Que debe tener el personal encargado de ese departamento?

8) ¿Cuántas personas considera que deberían integrarlo?

9) ¿Según Ud. Qué equipo técnico considera que debe implementarse para el funcionamiento de ese departamento?

10) ¿Considera que debe existir una partida presupuestaria para este departamento?

SI NO ¿POR QUÉ? _____

11) ¿Cuáles considera Ud. Que serían los mecanismos para el mantenimiento y buen funcionamiento del Depto. De Comunicación?

Questionario No. 2

B) Encuesta a Coordinadores y Docentes del Área de Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Este cuestionario forma parte de una tesis de grado, el cual tiene como objetivo realizar una propuesta “Integración de un departamento de comunicación e información para la Escuela de Ciencias de la Comunicación”. El cuestionario es de valor colectivo, en ningún momento los datos que usted proporcione se utilizarán como fin de evaluación personal.

Toda información que usted proporcione será valiosa y se le garantiza total confidencialidad.

1. ¿Cuántos años tienen de laborar en la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

2. ¿Considera que la comunicación en la Institución en la que usted labora es?

EXCELENTE BUENA REGULAR MALA

¿Por qué? _____

3. ¿Cómo considera la comunicación con sus superiores?

EXCELENTE BUENA REGULAR MALA

¿Por qué? _____

4. ¿Considera Ud. que pueda existir rivalidad de funciones entre los Departamentos y Coordinaciones que funcionan actualmente en la ECC, y que tienen actividades similares?

SI NO

¿Por qué? _____

5. ¿Dé que medio o fuente, se entera usted de la información de la institución?

Circulares Página Electrónica Jefes Rumores Otros

6. ¿Qué medio considera adecuado para enterarse internamente, sobre las actividades realizadas en la institución?

7. ¿Considera necesario la integración de los departamentos con los que cuenta la institución, para formar un solo departamento de Comunicación e Información?

SI NO ¿Por qué? _____

8. ¿Cree usted que actualmente se cumple con el objetivo de comunicar e informar a la comunidad estudiantil?

SI NO ¿Por qué? _____

9. ¿Cuenta su Unidad Académica con el financiamiento necesario para la integración de un departamento de comunicación?

SI NO

Razone su respuesta _____

10. ¿Se ha enterado de todas las actividades que ha realizado su institución?

SI NO ¿Por qué? _____

11. ¿Qué nombre considera o sugiere debería llevar dicho departamento?
