



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Virtual



COMUNICACIÓN VIRTUAL EN LA ESCUELA DE HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Lic. Isaías Antonio Juárez López

Registro Académico No. 201216798

Guatemala, octubre de 2019



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Virtual



COMUNICACIÓN VIRTUAL EN LA ESCUELA DE HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Trabajo presentado por

Lic. Isaías Antonio Juárez López

Previo a optar al título de

Maestro en Comunicación Virtual

Guatemala, octubre de 2019

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades Centrales

Rector

Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos

Secretario General

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Dr. Sergio Vinicio Morataya García
Director

Dr. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Lic. Mario Enrique Campos Trijilio
Representantes docentes

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu
Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez
Representantes estudiantiles

M.A. Jhonny Michael González Batres
Representante de egresados

Dra. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

Dr. Sergio Vinicio Morataya García
Director

Dr. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario

Terna Examinadora

Dr. Carlos Humberto Interiano
Mtro. Marco Tulio Aldana
Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo



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



Guatemala, 17 de octubre de 2019
Orden de impresión
MCD No. 01-2019 GAMP/Machq

Estudiante
ISAÍAS ANTONIO JUÁREZ LÓPEZ
Registro académico No. 201216798

Estimado Estudiante Juárez:

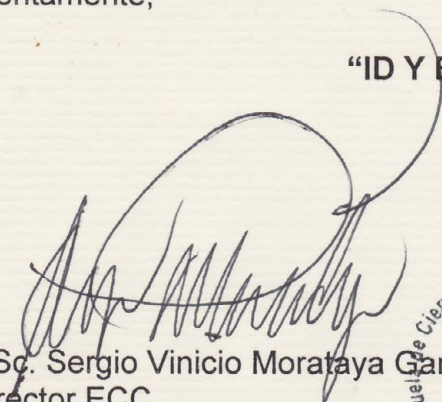
Nos complace informarle que con base a la autorización de la Terna Examinadora del informe final de graduación con el título **“COMUNICACIÓN VIRTUAL EN LA ESCUELA DE HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**, se emite orden de impresión.

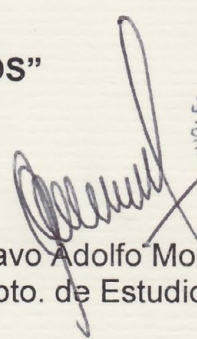
Apreciaremos que un ejemplar de su informe de graduación y un CD en formato PDF sea entregado en Biblioteca Central, un ejemplar impreso de su informe de graduación y un CD en formato PDF en Biblioteca Flavio Herrera y un informe de graduación y un CD en formato PDF en el Departamento de Estudios de Postgrado de esta unidad académica, ubicado en el primer nivel del Edificio Bienestar Estudiantil.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado de esta Escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación virtual.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


MSc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Dpto. de Estudios de Postgrado

c.c. Archivo



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

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado

A Dios, que se encuentra en todas partes.

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

A mi familia, porque representan TODO sobre mi existencia.

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

A la Escuela de Historia, por creer y confiar en este proyecto.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC, por todas sus enseñanzas.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, porque espero nunca lleguemos a despedirnos.

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

Para efectos legales, únicamente el autor es el responsable del contenido de este trabajo.

CONTENIDO

Resumen	i
Introducción	iv
Capítulo 1 Situación institucional	1
1.1.Ubicación y naturaleza de la empresa	1
1.2.Líneas estratégicas	2
1.3.Principales actividades	4
1.4.Actores o públicos	5
1.5. Organigrama	8
1.6.Perfil de los trabajadores	9
1.7. Medios de comunicación virtual	13
1.8. Herramientas para la gestión de información, conocimiento y administración	14
Capítulo 2. Fundamentos epistemológicos	16
2.1 Comunicación organizacional	16
2.2 Teoría de la Identidad Corporativa	17
2.3 Teoría de las redes sociales	18
2.4 Cultura digital	20
2.5 Cibersociedad y los retos en la educación para el cambio social	21
2.6 Teoría del pensamiento reflexivo y crítico	24
Capítulo 3. Metodología	25
3.1.Método y tipo de investigación	25
3.2.Alcances de investigación	26

3.3	Objetivos	27
3.3.1.	Objetivo general	27
3.3.2.	Objetivos específicos	27
3.3.	Técnicas de investigación	27
3.4.	Instrumentos	29
3.5.	Población y muestra	29
3.6.	Método de análisis	30
Capítulo 4. Resultados del diagnóstico		31
4.1.	Análisis de la comunicación virtual	31
4.2.	Análisis de la identidad e imagen corporativa	45
4.3.	Análisis FODA O DAFO	53
4.4.	Árbol de problema	57
4.5.	Árbol de objetivos	58
4.6.	Factores influyentes directos e indirectos	59
4.7.	Acciones prioritarias en comunicación virtual	59
4.8.	Propuesta y solución	60
Capítulo 5. Estrategia de comunicación virtual		61
5.1	Justificación	61
5.2	Objetivos de la Estrategia	62
5.2.1	Objetivo general	62
5.2.2	Objetivos específicos	62
5.3	Estrategia de comunicación virtual	63
5.3.1	Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso	63
5.3.2	Classroom y la sociedad del conocimiento	64

5.4 Grupo objetivo	65
5.5 Propuesta para intervención virtual	66
5.6 Matriz de coherencia	68
5.8 Productos desarrollados para Escuela de Historia, jornada sabatina	72
5.8.1 Guía estudiantil, Escuela de Historia -PAD-	72
5.8.2 Guía Classroom para docentes	73
5.8.3 Guía Classroom para estudiantes	74
5.9 Validación de productos	75
5.10 Cronograma de actividades: pendiente	75
5.11 Viabilidad de la propuesta	75
5.12 Control y seguimiento	78
Conclusiones	79
Recomendaciones	81
Bibliografía	82
Anexos	84

Resumen

A través del presente estudio se presenta el diagnóstico sobre comunicación virtual en la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala; proceso que inició con el acercamiento y reconocimiento de la situación interna y externa de los procesos comunicacionales que se llevan a cabo en esta unidad académica. A través del mismo se buscó obtener una radiografía completa de los procesos y canales de comunicación impulsados por la Escuela de Historia en la jornada sabatina, con énfasis en la comunicación virtual que se implementa hacia la comunidad estudiantil.

Pero antes de continuar, es preciso definir ¿Qué es un diagnóstico de comunicación?

La importancia de su estudio radica en evaluar e identificar los distintos grupos que conforman la Escuela, con el objetivo de evaluar y analizar la eficacia de los canales de comunicación utilizados, así como los mensajes que se emiten hacia su gran público objetivo conformado por la comunidad estudiantil; para el presente estudio se tomó como universo la jornada sabatina, conformada por al menos 230 estudiantes.

Según Rivera (2007), el diagnóstico de comunicación es un “procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa.” Constituye además, para la autora, “el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización”. Se puede inferir entonces que el diagnóstico de comunicación en la Escuela de Historia buscó evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación virtual utilizados interna y externamente de la misma. Como puede analizarse el diagnóstico de comunicación no solo estudia los canales de comunicación, sino de igual manera a los emisores en dichos canales, igual de importante es analizar el contenido y el impacto de los mensajes para con la comunidad estudiantil.

Según Francés (2001): “El objetivo que busca la realización de un diagnóstico es juntar la información necesaria para diseñar y elaborar estrategias y un plan de acción, analizando y contrastando los datos recabados con un modelo de calidad, para luego tomar las medidas

correspondientes para subsanar las posibles barreras”. Pero, para “juntar” esta información se requirió en primer lugar de una metodología de investigación; y para este diagnóstico se utilizó el método deductivo el cual consiste en el proceso del razonamiento o raciocinio que pasa de lo universal a lo particular, es decir, consiste en obtener conclusiones particulares a partir de leyes universales.

Dentro de las técnicas de investigación utilizadas para el presente diagnóstico se encuentra la entrevista al coordinador de la Jornada Sabatina, licenciado Salvador Montúfar, y a la Licda Elma Gil, asistente de secretaría; encuesta realizada a estudiantes de primer ingreso de la jornada sabatina; observación y análisis de las redes de comunicación virtuales, como la página web institucional, la red social Facebook en la cual la Escuela de Historia mantiene presencia; finalmente la consulta bibliográfica de documentos físicos y digitales, como el Manual de Organización de la Escuela de Historia que data del año 2006, y el catálogo de estudios de la Escuela del año 2008.

Con la aplicación de estas técnicas de investigación se logró evaluar la estructura interna y externa del proceso comunicacional, así como los diferentes canales de comunicación virtuales; pero sobre todo se evaluó la necesidad y el correcto aprovechamiento de plataformas y aplicaciones de comunicación virtual, que permitan un acercamiento entre la Escuela y su respectiva comunidad estudiantil, para promover y fortalecer el sentido de pertenencia y la pronta adaptación de los estudiantes de primer ingreso a esta unidad académica.

El diagnóstico de comunicación virtual realizado en la Jornada Sabatina de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala aportó información muy importante sobre el proceso de comunicación virtual que la Escuela practica para con su público objetivo, que lo conforman estudiantes de las carreras de la Licenciatura en Historia, Profesorado en Enseñanza Media y la Licenciatura Enseñanza de la Historia, este diagnóstico tuvo como fin primordial identificar las necesidades internas y externas con las que cuenta la Escuela de Historia en materia de comunicación virtual.

Por medio de este diagnóstico de comunicación virtual se evidenciaron algunas debilidades en materia de comunicación virtual; reveló que no se están aprovechando las herramientas y medios de comunicación virtuales como las redes sociales y plataformas de enseñanza-aprendizaje E-learning. Cada vez son más los estudiantes que consideran efectiva la comunicación a través de Facebook y esperan mantenerse informados a través de E-mail, Facebook, WhatsApp, Instagram y Twitter.

Pero lo más importante es que por medio de este estudio se evidenció la presencia de la comunidad estudiantil en redes sociales (cuentan con perfil en al menos tres redes sociales), y esperan más presencia de la Escuela de Historia en medios y plataformas virtuales en contraposición a los medios tradicionales offline.

Otro de los hallazgos de este estudio es la falta de proyección de imagen e identidad institucional en los estudiantes de primer ingreso. Ante estos datos se hace necesario desarrollar un Plan de Comunicación virtual que contribuya a corregir esas deficiencias institucionales y que permita hacer más efectiva la proyección de la Escuela, especialmente hacia sus estudiantes del Plan Sabatino. La información obtenida durante el diagnóstico de comunicación sustenta la implementación de una “Guía de inducción para estudiantes de primer ingreso”, así como proponer el uso de la plataforma E-learning Classroom de Google a través de Guías de inducción para estudiantes y docentes respectivamente.

Los estudiantes de primer ingreso suelen llegar desorientados y haciendo un enorme esfuerzo para adaptarse a su nueva unidad académica, siendo esta una de las muchas razones que sustentan la propuesta de estas guías de inducción, mismas que representarían el primer contacto formal a nivel académico entre la Escuela y sus alumnos, con el cual se pretende que los estudiantes conozcan de manera detallada su nueva unidad académica; al mismo tiempo que se identifiquen con ella de manera positiva en la implementación de plataformas virtuales para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Introducción

La Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala es la Unidad Académica de educación superior pública y estatal, encargada de la formación integral teórico práctica de profesionales con identidad, responsabilidad, ética, integridad, transparencia, solidaridad, compromiso y conciencia social, aportando profesionales en el campo de la Historia, Antropología, Arqueología, Enseñanza Media en Historia, Ciencias Sociales y Técnicos Universitarios en Archivos.

Por medio del método deductivo de investigación y la implementación de técnicas de recolección de datos como la observación, la consulta bibliográfica, las entrevistas y encuestas a la población estudiantil de la jornada sabatina, se logró obtener una radiografía completa de los procesos de comunicación virtual, sus fortalezas y debilidades; toda esta información permitió desarrollar una estrategia de comunicación con orientación al uso de las nuevas tecnologías que permitan el acercamiento entre la comunidad estudiantil y docentes de la Escuela de Historia.

Uno de los objetivos de este diagnóstico fue determinar si la comunicación, en ésta llamada “era digital” está siendo desarrollada e impulsada de manera efectiva a través de los canales y medios virtuales adecuados. La comunicación y las relaciones públicas a nivel institucional desempeñan un papel muy importante para dar a conocer los avances en materia de educación y nuevas tecnologías a nivel científico. Por ello, es imprescindible que se desarrollen estrategias de comunicación virtual que beneficien la imagen institucional que la Escuela de Historia desee implementar, así como facilitar la incorporación de los estudiantes de primer ingreso a esta unidad académica.

En la Escuela de Historia existe un ambiente propicio para desarrollar estrategias de comunicación virtual, que beneficien a la comunidad estudiantil, coadyuvando a la formación integral teórico, fomentar la identidad y compromiso social entre todos los estudiantes y personal académico pertenecientes a esta Unidad Académica.

La tecnología se ha apoderado de nuestra existencia, como en una película de ciencia ficción. Antes de esta revolución digital ningún ser humano, aún el más futurista se habría imaginado todo esto; a menos que fuera William Gibson, escritor de ciencia ficción de la década de los 80's, a inicios de la década creó el concepto del ciberespacio, y lo definió como el escenario de interacción entre las máquinas y el ser humano, posteriormente lo vimos como espacio de interacción entre los humanos a través de la enorme red llamada Internet y que para acceder a este escenario virtual necesitamos máquinas tecnológicas (Computadores, teléfonos inteligentes, etc.)

Este escenario virtual descrito por Gibson existía dentro de las computadoras junto a todas sus interconexiones, en donde todos los usuarios de la red informática al ingresar al ciberespacio nos convertimos en cibernautas, y que a su vez conformamos la cibersociedad, caracterizada por sus formas alternativas de socialización para la apropiación social de las TIC, es así que el ciberespacio es un elemento definidor del espacio virtual de relación entre los usuarios de Internet y de otras redes telemáticas o de computadoras (Valdés, 2013).

El estudio de las interconexiones o relaciones entre nodos ha crecido considerablemente, sobre todo en materia de comunicación. Internet cambió por completo nuestra manera de comunicarnos y como tal merece toda nuestra atención e interés académico, y es que las redes sociales y plataformas E-learning siguen creciendo y la vida cada vez se muda a estos espacios virtuales; en las redes, las personas confían más en nodos nuevos, nos hemos lanzado a la conquista del ciberespacio y una tendencia enorme por pertenecer a redes sociales más selectas y específicas, algo que sin la ayuda de Internet era muy difícil debido a las distancias enormes entre las personas. En las carreras universitarias sobre todo en los Proyectos de Autoformación a Distancia –PAD- la implementación y uso de plataformas –E-learning se vuelve cada vez necesarias.

Capítulo 1. Situación institucional

1.1.Ubicación y naturaleza de la empresa

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

La Escuela de Historia ocupa el edificio "S-I" de la Ciudad Universitaria, Zona 12, utilizando 14 aulas pequeñas y 2 grandes para docencia, un salón de actos y usos múltiples y 14 cubículos para catedráticos. Cuenta además con un área destinada a biblioteca y Centro de Documentación (313), un laboratorio de Materiales Arqueológicos (cerámica, lítica y antropología física) (310), un Instituto de Investigaciones Históricas, Antropológicas y Arqueológicas, (311 y 312), Salón de Dibujo (Primer Nivel), un Laboratorio de Informática (Primer Nivel). Además funcionan en el Segundo Nivel, la Dirección y Secretaría, el Control Académico, el Almacén de Materiales y Ayudas Audiovisuales, Departamento de Reproducción y Tesorería.

Naturaleza de la Escuela de Historia, USAC

Según la Escuela de Historia (2008). El proyecto académico de la Escuela de Historia se fundamenta en los fines y objetivos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, principalmente en lo expresado en el Título II, artículo 5º, que literalmente dice: “El fin fundamental de la Universidad es elevar el nivel espiritual de los habitantes de la República, promoviendo, conservando, difundiendo y transmitiendo la cultura en todas sus manifestaciones, en la forma que se expresan los artículos siguientes” y todo lo contenido en los artículos: 6º., 7º., 8º., 9º., del Estatuto de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

También se fundamenta en el Capítulo 1, Artículo 1º. Organización y Fines, del Reglamento General de la Escuela de Historia, que expresa lo siguiente: “Artículo 1º. La Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es la unidad académica encargada de desarrollar la formación teórico y práctica y la educación profesional en el área de la Historia, en estrecha

relación con las ciencias y disciplinas afines; autorizadas para expedir grados y títulos universitarios, y los diplomas especiales, que corresponda a los estudios que imparta.

Sus estudios se desarrollarán sobre la base de una integración plena de las funciones docentes, de investigación, servicios y extensión universitaria, de manera que sus egresados adquieran capacidad, no solo para el ejercicio de una profesión, sino para promover cambios positivos en el ámbito de su especialidad científica y en el medio social que actúen. Así mismo contribuirá al cumplimiento de lo establecido en el artículo 110 de los Estatutos de la Universidad, para que los graduados de la misma tengan un conocimiento básico y sistemático de la realidad histórica, social y antropológica del medio nacional”; así mismo lo expresado en el Artículo 3°. Incisos: a, b, c, d, e, f, g, del citado Reglamento, en cuanto a sus fines.

En el Capítulo VIII, referente al Currículo de la Escuela de Historia, artículos 16°. Y 17°.; los cuales establecen lo siguiente: “Artículo 16°. El currículo de la Escuela de Historia está constituido por el conjunto de elementos y actividades educativas tendientes al cumplimiento de los objetivos previstos para la formación profesional y social de los estudiantes” y los objetivos del currículo, establecidos en el artículo 17°., incisos: a, b, c, d, e, f, g.

1.2. Líneas estratégicas

En la página web institucional de la Escuela de Historia: www.escuelahistoria.usac.edu.gt (2019) menciona que la misma para su funcionamiento cuenta con los siguientes organismos y unidades administrativas y académicas:

- Consejo Directivo
- Director
- Secretario académico
- Unidad de Planificación
- Consejo Paritario de Historia
- Consejo Consultivo de Antropología
- Consejo Consultivo de Arqueología
- Coordinación del Instituto de Investigaciones
- Coordinadores de Historia, plan sabatino, Arqueología y Antropología

- Coordinadores de Prácticas Arqueológicas y Docente Supervisada
- Otras comisiones

MISIÓN

En la página web institucional de la Escuela de Historia: www.escuelahistoria.usac.edu.gt (2019) describe su misión de la siguiente manera:

La Escuela de Historia es La Unidad Académica de educación superior pública y estatal, encargada de la formación integral teórico práctica, de profesionales con identidad, responsabilidad, ética, integridad, transparencia, solidaridad, compromiso y conciencia social, en el campo de la historia, antropología y arqueología, a nivel de pre-grado, grado y postgrado. En función del cumplimiento de los fines de La Universidad de San Carlos de Guatemala, establecidos en su ley orgánica; coadyuva en la investigación de la historia nacional de procesos sociales actuales, así como la conservación y difusión del patrimonio cultural de Guatemala, a partir de reconocer la realidad pluricultural, multilingüe y multiétnica de la sociedad guatemalteca y de la promoción de la cultura democrática que trascienda hacia una sociedad equitativa y participativa en la consecución del bien común.

VISIÓN

En la página web institucional de la Escuela de Historia: www.escuelahistoria.usac.edu.gt (2019) describe su visión de la siguiente manera:

La Escuela de Historia es La Unidad Académica de La Universidad de San Carlos de Guatemala, que forma profesionales de las ciencias sociales en las disciplinas de la historia, la antropología y la arqueología, en todos los niveles que le compete a la educación superior. Su estructura curricular se fundamenta en la excelencia académica, el compromiso social, la solución de problemas sociales, la comprensión del entorno nacional, la creatividad, el trabajo en equipo, el liderazgo y la actualización permanente. A partir del desarrollo científico y tecnológico, enfrenta con creatividad y liderazgo los retos del mundo globalizado e incide en políticas públicas en el debate nacional.

Entre sus objetivos se menciona:

- a. Investigar, estudiar y divulgar todos los aspectos concernientes a la Historia, de acuerdo con las concepciones y corrientes más avanzadas en dicha área del saber humano;

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

Las actividades administrativas se realizan de lunes a viernes en un horario de 13:00 horas a 20:00 horas y los días sábados de 08:00 horas a 17:00 horas. Las actividades docentes se desarrollan de lunes a viernes en un horario de 17:30 horas a 20:30 horas y los días sábados de 08:00 horas a 17:00 horas.

1.3. Principales actividades

Las actividades de la Escuela de Historia se desarrollarán sobre la base de una integración plena de las funciones docentes, de investigación, servicios y extensión universitaria, de manera que sus egresados adquieran capacidad, no solo para el ejercicio de una profesión, sino para promover cambios positivos en el ámbito de su especialidad científica y en el medio social que actúen. Así mismo contribuirá al cumplimiento de lo establecido en el artículo 110 de los Estatutos de la

Universidad, para que los graduados de la misma tengan un conocimiento básico y sistemático de la realidad histórica, social y antropológica del medio nacional.

La Escuela de Historia forma profesionales con grado académico de:

- Licenciado en Historia
- Licenciado en Antropología
- Licenciado en Arqueología
- A nivel de pre-grado:
 - Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales.
 - Técnico Universitario en Archivos
- A nivel de Postgrado:
 - Maestría en Historia (autofinanciable).

1.4. Actores o públicos de la Escuela de Historia

- Dra. Artemis Torres Valenzuela, directora Escuela de Historia
- Licda. Olga Pérez, secretaria académica
- Lic. Guillermo Zúñiga, coordinador de planificación.
- Lic. Salvador Montúfar, coordinador Prof. en Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales.
- Lic. Walter Gutiérrez:, coordinador Licenciatura en Historia.
- Lic. Mario Zelada, coordinador Licenciatura en Antropología.
- Mtro. Horacio Martínez:, coordinador Licenciatura en Arqueología.
- Licda. Yolanda Estrada, coordinadora Licenciatura en Enseñanza de la Historia.
- Lic. Salvador Montúfar, coordinador Técnico en Archivos.
- Licda. Regina Fuentes Oliva, coordinadora IIHAA.

Según Escobar, José (2016). La Escuela de Historia cuenta con 67 catedráticos en total; 1,400 estudiantes activos divididos en dos jornadas: Diaria y la jornada del plan fin de semana con alrededor de 400 estudiantes.

Estudiantes de la Jornada Sabatina

El público objetivo de la Escuela de Historia lo comprenden primordialmente los estudiantes; los primeros en la categoría de **“PRE-GRADO”** lo conforman estudiantes de la carrera de **“Técnico Universitario en Archivos”**; en esta carrera es deseable que los estudiantes posean un interés por conocer, conservar, rescatar, resguardar y administrar el patrimonio documental del país, mucho interés por la lectura, buenas relaciones humanas y disposición para el trabajo administrativo. En la carrera de **“Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales”** son requisitos importantes para las personas que desean continuar estos estudios, poseer un alto interés por obtener conocimientos sobre y la historia y las demás ciencias sociales, un aprecio especial por las actividades de enseñanza aprendizaje y por el trabajo con grupos numerosos de adolescentes jóvenes.

En la categoría de **“GRADO”** encontramos a los estudiantes de la carrera de **“Licenciatura en Antropología”**, la misma requiere dedicación al trabajo social-comunitario y una valoración al trabajo humano, requiriéndose del estudiante mucha dedicación a la lectura, comprensión, interpretación y análisis de literatura especializada.

En la **“Licenciatura en Arqueología”**, los estudiantes requieren una capacidad para el trabajo en campo en los sitios arqueológicos previamente designados, una dedicación especial al trabajo de laboratorio y una lectura sistemática y constante. En la **“Licenciatura en Historia”**, se requiere una dedicación al trabajo con documentos manuscritos de los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX, fuentes bibliográficas y hemerográficas, a la vez capacidad de lectura e interpretación, y un afán especial por la investigación, así como una gran sensibilidad y aprecio por la conservación y restauración por el patrimonio histórico, cultural y artístico de la nación como fuentes que son para la creación y difusión de la historia, a la vez un compromiso con la conservación y difusión de la memoria histórica.

En la categoría de **POSTGRADO:** Se encuentran las y los estudiantes de **“Maestría en Historia”**, este programa busca las siguientes habilidades, actitudes y prácticas entre los

interesados: a) Poseer formación a nivel de licenciatura en Antropología, Arqueología, Historia o alguna de las ciencias sociales afines. b) Demostrar interés en renovar, profundizar y adquirir nuevos conocimientos sobre la historia local y regional, así como sobre el manejo de herramientas teóricas y metodológicas para su estudio. c) Demostrar interés en plantear y desarrollar investigaciones originales en alguna de las líneas de investigación propuestas por el programa, el que quedará expresado en un ensayo. Poseer, como mínimo, conocimientos generales del idioma inglés u otra lengua romance (francés, italiano o portugués), lo que equivale a lectura y comprensión.

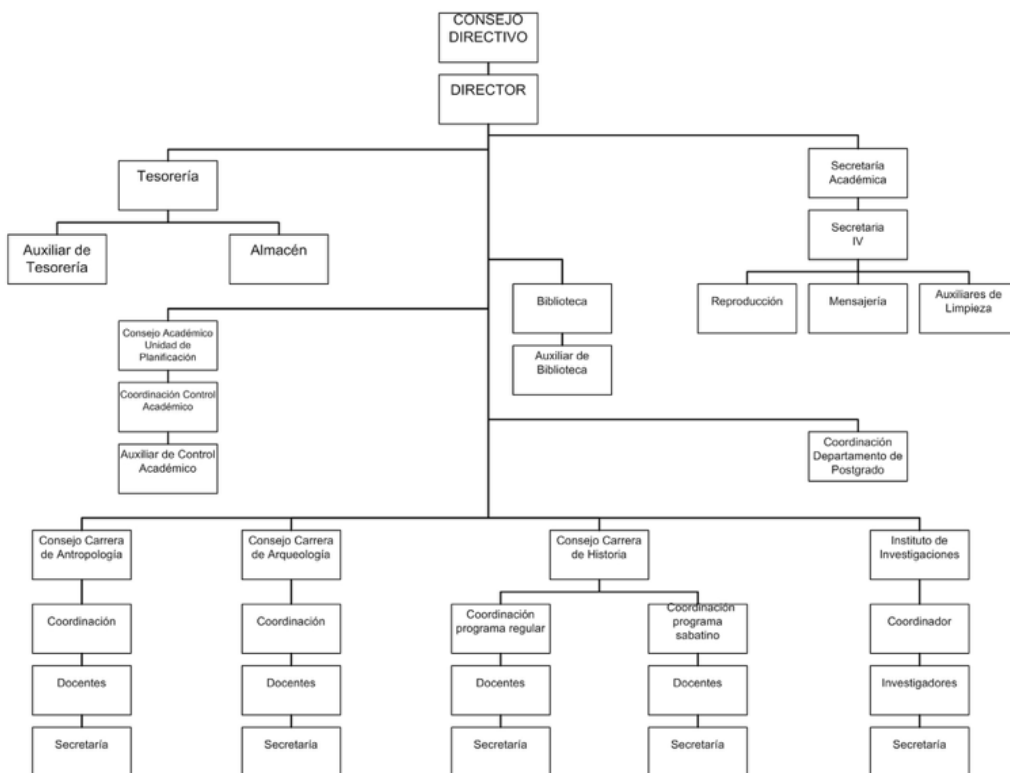
La Escuela de Historia el público femenino representa la mayoría según la encuesta realizada para este diagnóstico de comunicación virtual.

Otro sector del público de la Escuela lo comprenden las y los docentes quienes son los encargados de cumplir con con las funciones y objetivos de la Escuela de Historia.

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

1.5. Organigrama

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ORGANIGRAMA GENERAL DE LA ESCUELA DE HISTORIA



Fuente: www.escuelahistoria.usac.edu.gt

En la Escuela de Historia, el Consejo Directivo es la máxima autoridad, es quien toma las decisiones concernientes a las actividades y temas de interés para la Escuela de Historia; está conformada por Dra. Artemis Torres Valenzuela, Directora; Licda. Olga Pérez, Secretaria Académica; Dra. Tania Sagastume Paiz, Vocal I; Licda. María Laura Lizeth Jiménez Chacón, Vocal II; Licda. Sonia Medrano Busto, Vocal III; Estudiante Mónica Castro, Vocal IV; Estudiante Alicia Castro, Vocal V.

La Doctora Artemis Torres Valenzuela es la actual directora, y tiene conexión directa con la secretaria académica, la licenciada Olga Pérez, así como con los coordinadores Lic. Guillermo Zúñiga, coordinador de Planificación; Lic. Salvador Montúfar, coordinador Prof. en Enseñanza

Media en Historia y Ciencias Sociales; Lic. Walter Gutiérrez, coordinador Lic. en Historia; Lic. Mario Zelada, coordinador Lic. en Antropología; Mtro. Horacio Martínez, coordinador Lic. en Arqueología; Licda. Yolanda Estrada, coordinadora Lic. Enseñanza de la Historia; Lic. Salvador Montúfar, coordinador Técnico en Archivos; Licda. Regina Fuentes Oliva, Coordinadora IIHAA.

1.6. Perfil de los trabajadores

En el Manual de Organización, según la Escuela de Historia (2016). Se detalla el perfil de los trabajadores:

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:	Coordinador carreras del programa sabatino
INMEDIATO SUPERIOR	Director Escuela de Historia
SUBALTERNOS	Secretaria II, profesores y ayudantes de cátedra I y II.
1. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsable de la ejecución y desarrollo de las directrices y políticas que emanan de las autoridades superiores. Su trabajo consiste en coordinar, planificar, dirigir y ejecutar los procesos que tiendan al correcto desenvolvimiento académico y administrativo de las carreras que se imparten en el Programa Sabatino. Corresponde a su ámbito la planificación, programación y desarrollo de las actividades que complementen la formación de los estudiantes: seminarios, cursos de actualización, congresos, conferencias, cines forum, etcétera.	
ATRIBUCIONES ORDINARIAS:	ATRIBUCIONES PERIÓDICAS:
<ul style="list-style-type: none"> ● Supervisar que los docentes estén puntualmente en su salón. ● Orientar estudiantes y profesores. ● Presentar a los profesores nuevos en sus salones de clases. ● Observar el correcto desenvolvimiento de la práctica docente supervisada. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sesionar con autoridades de la Escuela. ● Coordinar sesiones con docentes y ayudantes de cátedra. ● Participar en congresos, conferencias, entrevistas, etc. ● Gestionar y hacer contactos Interinstitucionales. ● Coordinar las elecciones del Consejo de Área.

<ul style="list-style-type: none"> ● Promoción, organización y difusión de actividades académicas. ● Realizar procesos administrativos: programación de cursos, horarios, equivalencias, asistencia de profesores y estudiantes, revisión de programas de cursos, información a estudiantes y profesores del Plan Sabatino, realizar propuestas de profesores interinos, planificación anual de actividades. ● Otras inherentes a la naturaleza del puesto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar sesiones con claustro docente del Área de Historia. ● Hacer vinculación con instituciones de investigación externa. ● Estar pendiente de los avances de investigación de los investigadores del IIHAA y programar cursos, seminarios, conferencias, talleres.
<p>RELACIONES DE TRABAJO</p> <p>Por la naturaleza de sus funciones debe tener relación con centros de investigación y escuelas y departamentos de estudios histórico sociales: Centro de Estudios Folklóricos USAC- CEFOL; Asociación Guatemalteca de Filosofía; Instituto Panamericano de Geografía e Historia IPG, AVANCSO, URL, Academia de Geografía e Historia.</p>	
<p>REQUISITOS:</p> <p>Maestría en el campo específico (enseñanza de la historia), siete años en el ejercicio de la profesión, investigación y/o administración.</p> <p>Colegiado activo.</p>	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:	Profesor titular
INMEDIATO SUPERIOR	Secretario académico y director
SUBALTERNOS	Personal administrativo y de servicios.
<p>1. NATURALEZA DEL PUESTO</p> <p>Su trabajo consiste en dirigir, planificar, organizar, coordinar y controlar las actividades administrativas y de servicio de la Escuela de Historia.</p>	
<p>ATRIBUCIONES ORDINARIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Participar en las sesiones con el Director y 	<p>ATRIBUCIONES PERIÓDICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Participar en reuniones de trabajo

<p>Secretario Académico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Levantar actas administrativas. ● Administrar la utilización del auditorium que se comparte con la Escuela de Trabajo Social. ● Convocar a reuniones con el personal administrativo y de servicios. ● Gestionar administrativamente de lo dispuesto por el Consejo Directivo y/o el Director en lo que corresponda (ayudas económicas, traslado de información, solicitudes de instancias, etc.). ● Coordinar la organización de la función administrativa como soporte de la actividad académica de la Escuela de Historia, tanto a nivel secretarial como de servicios. ● Coordinar el uso y mantenimiento de las instalaciones del Edificio S-1, a nivel interno de la Escuela de Historia y con la Escuela de Trabajo Social. ● Atender estudiantes y docentes. ● Atender todo lo relacionado con los documentos de promociones docentes. ● Participar en reuniones con la Unidad de Planificación. ● Otras inherentes a la naturaleza del puesto. 	<p>cuando el Director lo solicite.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sesionar con coordinadores y/o otras dependencias internas o externas. ● Participar en congresos, entrevistas, conferencias, talleres, etc. ● Coordinar acciones con diferentes instancias de la USAC. ● Organizar conjuntamente cursos motivacionales para el personal administrativo ● Hacer calendarios de exámenes finales, parciales, primera y segunda recuperación. ● Hacer informes circunstanciados y completar expedientes para resoluciones solicitados por diferentes instancias de la USAC. ● Gestionar con la tesorería reprogramaciones, números de plaza, partidas presupuestales, etc. ● Otras inherentes a la naturaleza del puesto.
<p>RELACIONES DE TRABAJO</p> <p>Por la naturaleza de sus funciones debe tener relación División de administración de personal, auditoria interna, Dirección General de Administración, Servicios generales del Departamento de Mantenimiento, Procesamiento electrónico de datos, Departamento de Registro y Estadística y otras instancias administrativas de la USAC.</p>	
<p>REQUISITOS</p>	

<p>a. Personal Externo</p> <p>Licenciatura en Administración de Empresas y cuatro años en labores de administración y supervisión de recurso humano.</p> <p>a. Personal Interno</p> <p>Licenciatura en una carrera afín al puesto y cinco años en labores de administración y supervisión de recurso humano.</p> <p>En ambos casos ser colegiado activo.</p>
--

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:	Secretaria del programa sabatino y regular
INMEDIATO SUPERIOR	Secretario académico
SUBALTERNOS	Ninguno.
1. NATURALEZA DEL PUESTO	
Trabajo de oficina que consiste en realizar tareas secretariales de variedad y dificultad en apoyo a un jefe de oficina en una facultad, escuela no facultativa u otra dependencia de similar jerarquía.	
ATRIBUCIONES ORDINARIAS:	ATRIBUCIONES PERIÓDICAS:
<ul style="list-style-type: none"> ● Atender público. ● Atender con amabilidad y eficiencia el teléfono. ● Recibir, distribuir y responder correspondencia. ● Digitalizar y reproducción de documentos: cartas, textos, diplomas, evaluaciones, programas de cursos, horarios, guías de trabajo, comprobaciones de lectura, laboratorios, programas de eventos académicos, constancias, convocatorias (elecciones, concursos de oposición, etc.), reconocimientos, calendarios académicos y de actividades, invitaciones, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Archivar documentos administrativos (equivalencias, traslados, puntos de acta, etc.) en el expediente de los estudiantes. ● Archivar programas de cursos, correspondencia, listados de asistencia, etc. ● Archivar hojas de asignación de cada estudiante, en su expediente. ● Preparar materiales a docentes: fólder con hojas, calendario de actividades e información del área o Escuela. ● Otras inherentes a la naturaleza del puesto.

<ul style="list-style-type: none"> ● Tomar dictados. ● Rotular y entregar oficios, circulares o memorandos, etc. ● Elaborar avisos para docentes y estudiantes y colocarlos en carteleras. ● Digitalizar listados de atribuciones del personal de la Escuela de Historia. ● Archivar correspondencia. ● Proporcionar hojas de asistencia para firmas de profesores y ayudantes de cátedra. ● Otras inherentes a la naturaleza del puesto. 	
<p>REQUISITOS:</p> <p>a. Personal Externo Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos de computación y dos años en la ejecución de tareas secretariales.</p> <p>b. Personal Interno Secretaria Bilingüe, Secretaria Comercial y Oficinista u otra carrera afín al campo secretarial, conocimientos de computación y un año como Oficinista I o Secretaria I.</p>	

1.7. Medios de comunicación virtual

En términos sencillos se puede decir que la comunicación “*offline*” es aquella que no tiene nada que ver con Internet o con lo digital, es decir que necesariamente debe estar impresa físicamente. Por el contrario la comunicación “*Online*” es aquella que no necesita existir físicamente, su existencia requiere de un medio digital para su visualización, de igual manera necesita de Internet para su difusión.

En la Escuela de Historia se implementa la comunicación *Offline* y la *Online*; las cuáles se describen en la siguiente tabla:

Medios de comunicación offline	Medios de comunicación Online
Boca a boca	Página web: http://escuelahistoria.usac.edu.gt
Trifoliales	Redes sociales: Facebook: Escuela de Historia
Boletines	Correo electrónico: eschistoriausac@gmail.com
Revistas	Classroom (Se empieza a implementar)
Afiches	Trifoliales digitales
Carteleras	Archivos pdf
InfoUsac	Documentos word

En la Escuela de Historia, específicamente en la jornada sabatina se utiliza el correo electrónico como un medio principal y efectivo para informar y mantener contacto entre los catedráticos y la comunidad estudiantil; todo lo relacionado a las carreras, como el pensum y el plan de estudios se encuentra disponible en la página web institucional; pero al tratarse de trámites administrativos, se puede evidenciar que los estudiantes prefieren realizar los mismos de manera presencial.

1.8. Herramientas para la gestión de información, conocimiento y administración

En la Escuela de Historia, se puede observar equipo y mobiliario básico para una oficina de tipo organizacional, cuentan con equipo de computación PC y software Microsoft office como Word, Power Point, Excel, entre otros; en los cuáles es de inferir almacenan la información y demás trámites administrativos.

El Smartphone es una herramienta muy importante que utilizan los estudiantes y catedráticos para comunicarse con la Escuela de Historia. Como se mencionaba anteriormente la gestión de la información se desarrolla a través de correos electrónicos; otra fuente de información es la página web institucional que almacena todo lo relacionado a la estructura y funciones de esta unidad académica.

La fan page en Facebook se ha convertido en un medio de comunicación muy eficiente para mantener informada a la comunidad estudiantil sobre las diferentes actividades académicas.

Sobre la gestión del conocimiento, las clases se desarrollan de manera presencial, se utilizan de igual manera documentos digitales en su mayoría archivos pdf's. Una fuente muy importante para la adquisición y difusión del conocimiento son las diversas actividades de tipo presencial que realiza la Escuela de Historia como seminarios, talleres, conversatorios, entre otros, así como la publicación de numerosas obras literarias.

Capítulo 2. Fundamentos epistemológicos

2.1 Comunicación organizacional

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

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

Horacio Andrade (2002). define a la comunicación organizacional como el conjunto de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno.

La comunicación interna es el conjunto de datos que se originan del ejercicio de la función de la entidad y se difunden en su interior, para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad. Este tipo de comunicación está dirigida al usuario interno, funcionario público o contratista que hace parte de la entidad y conlleva a implementar estrategias de manera coordinada al interior de la entidad, promoviendo la participación en el desarrollo de las diferentes actividades que se ejecutan.

Por medio de la comunicación externa es que la Escuela de Historia está en contacto directo con la comunidad estudiantil perteneciente a esta unidad académica y población en general. Es decir, es la vinculación de la Escuela de Historia con su entorno, con el objetivo de posicionar la imagen institucional y alcanzar un alto nivel de reconocimiento de acuerdo con la gestión que realiza en el día a día.

Para definir la comunicación organizacional se utilizará la que presenta Fernández Collado (2002):

“...conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”. (Fernández 2002, pag 31)

El objetivo de la comunicación organizacional en la Escuela de Historia es precisamente lo último expresado por Fernández Collado **“influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización”**.

2.2 Teoría de la Identidad Corporativa

Markwick y Fill (1997) define la identidad corporativa como la presentación de la empresa ante sus *stakeholders* y los mecanismos en que se distingue de otras compañías a través de una variedad de indicadores. Representa cómo le gustaría a la organización ser percibida y puede incluir programas de identidad corporativa, publicidad, códigos y estándares para el trato al cliente. Algunos indicadores formarán parte de la identidad visual. Otros, se centrarán en el comportamiento.

Balmer John. (2001) amplía la definición mencionando que, La identidad corporativa es la suma de los elementos tangibles e intangibles que distinguen a una organización, y está configurada por las acciones de los líderes, por la tradición y el entorno de la empresa. [...] Tiene un horizonte

multidisciplinar y fusiona la estrategia, estructura, comunicación y cultura de la empresa. Se manifiesta a través de múltiples canales, como el comportamiento y la comunicación de los trabajadores, las herramientas de comunicación comercial o el desempeño organizacional. En resumen, Hawn R. (1998) se refiere a la identidad como lo que la empresa es, que la imagen es cómo es percibida y que la identidad corporativa es la fusión visual de la identidad y la imagen.

Para el desarrollo de la identidad corporativa o institucional de la Escuela de Historia, es necesario que se proyecte el “quién es” y “qué hace”, se procederá con una serie de acciones para la proyección de la imagen, como integración de todas las carreras del plan sabatino; reforzar valores, misión, visión y objetivos con los catedráticos y personal administrativo de la institución.

2.3 Teoría de las redes sociales

Una red se entiende como una malla formada de hilos interconectados, pueden ser cuerdas, alambres, fibras sintéticas, etc.; tienen diferentes usos y sus funciones varían según el material empleado en su confección; de igual manera son las llamadas redes sociales; estas redes formadas por personas o instituciones llamados nodos se entrelazan o interconectan de muchas maneras, pueden ser en la mínima expresión una relación familiar o sentimental, esta red puede crecer y abarcar el ámbito de la amistad u otras conexiones de tipo religiosas, deportivas y de pertenencia comunitaria.

Una misma persona va tejiendo su propia red a medida que avanza en la vida, de igual manera forma parte de la red de otras personas; las redes más avanzadas son las que fomenta fuera de un zona de confort, redes a las no puede negarse a pertenecer, entre éstas están las de carácter laboral, o las redes conformadas por los habitantes de un país. A medida que una persona abandona su red para adentrarse en redes mucho más amplias su vida se vuelve más compleja. Producto de complejidad se empezaron a realizar estudios que explicaran y definieran las relaciones dentro de la misma. Se empezó a hablar de la Teoría de Redes Sociales.

La idea de red social comenzó a matizarse en las ciencias sociales, consolidándose sus usos teóricos y científicos, desde la década de los treinta del siglo pasado, cuando el psicólogo social Jacob Moreno “(...) sugirió considerar como **“átomo social”** (*«social atom»*), no tanto al individuo, sino al individuo y las relaciones interpersonales de atracción y rechazo que se organizan a su alrededor (De La Rúa, 2008). Los vínculos de interacción entre los diferentes actores presentes en la red podrían ser entendidos como un indicador de la cantidad y calidad de la información que perciben y del nivel de confianza que se establece entre los nodos, contribuyendo a que aumente o disminuya la posibilidad de acción de cada uno por separado y de la red en su conjunto.

No obstante, en el enfoque de redes, como se puede observar en la noción de dicho concepto que se acaba de referenciar, presta singular atención a los flujos de información entre los nodos de la red; siendo los vínculos entre los agentes la variable fundamental en tanto permite establecer que tan expuestos están los actores a los flujos de información.

Diversidad de autores se refieren al estudio de la Teoría de Redes de cómo lo relacional que existe entre los sujetos y la interacción que resulta sobre ello; Barnes (1954), analizó a fondo la importancia de la amistad, el parentesco y el vecinaje como relaciones informales e interpersonales en la producción de la integración de una pequeña comunidad de pescadores. Para este autor las primeras líneas de interacción suelen darse entre los integrantes del círculo familiar y vecinal y que la totalidad de la vida social debería ser vista "como un conjunto de algunos puntos (nodos) que se vinculan por líneas para formar redes totales de relaciones.

Para Lozares (1996) la importancia del análisis de Redes reside en el supuesto de que lo que la gente siente, piensa y hace tiene su origen y se manifiesta en las pautas de relaciones situacionales que se dan entre actores oponiéndose así a la idea de que los atributos de los actores individuales sean la causa de las pautas de comportamientos y de las estructuras sociales. La raza, la edad, el sexo, la categoría social importan menos que las formas de las relaciones mantenidas o mantenibles que son las que realmente posicionan a las unidades en la estructura social: lo que

construye las posiciones sociales son las relaciones mutuas entre actores, los diferentes vínculos que les mantienen en redes sociales.

Los nodos en Internet comparten redes interconectadas que antes eran imposibles, por ejemplo un nodo puede conectarse de un continente a otro y hablar idiomas distintos. La web derribó todas las barreras posibles de interconexión, nodos de diferentes expresiones culturales pueden compartir lo que sienten y lo que piensan. Así que, el estudio y desarrollo de nuevas teorías sobre estas interconexiones virtuales se vuelven cada vez más necesarias.

2.4 Cultura digital

4:30 a.m. La alarma del teléfono suena. 5 minutos más... ¿Dónde está el botón de apagado? Descargué una nueva *app* despertador porque siempre voy tarde al trabajo. Salgo de la cama y me preparo para ir al trabajo. Mientras desayuno reviso el estado del tiempo y el reporte del tráfico. No carga, el “Wi-Fi” ha estado fallando en los últimos días. Ojalá no se caiga mientras juego “Clash Royale”. Por fin estoy listo, cierro mi casa, no sé si tomar metro o pagar “Uber”. Checo la “app” en mi Smartphone, no hay “UberX” cerca, “UberBlack” es muy caro. Tomo el metro, en el camino, abro “Instagram”, “Facebook”, “Snapchat” y “Twitter”; reviso todo lo que me perdí desde la noche anterior: aparecen más “Youtubers” colgando videos tontos, memes en Facebook del acontecer nacional, “spoilers” hablando de los posibles capítulos de la siguiente temporada de “Game of Thrones”, “Selfies”, historias subidas de mi hermano de fiesta anoche.

Me rio un poco y levanto la vista, todo el mundo está con la cabeza gacha haciendo algo en el teléfono celular, hay espectaculares que anuncian el nuevo “iPhone X”. Me vibra la muñeca, es mi reloj inteligente que me anuncia que estoy recibiendo una llamada. Calculé que llegaré un poco tarde al trabajo, así que pido el desayuno a mi oficina desde mi celular. Decido en lo que queda del viaje escuchar la música que descargué anoche. Justo cuando salgo del metro, veo una tierna escena de una pareja de abuelitos besándose y hago un video que subo a mi perfil de Facebook. “Likes” instantáneos.

En el prefacio anterior Suazo (2018) describe la mañana típica de alguien que vive en una cultura en la que las personas están rodeadas y consumidas por la tecnología: una cultura digital.

Regil (2014) se refiere a la evolución de los términos relacionados a la cultura Digital:

...la cibercultura es referida como “cultura digital” por diversos autores (Buckingham, 2007; Castells, 2001 y 2008; Echeverría, 2003 y 2009). Otros la llaman “cultura en red” (Castells, 1996), “nación digital” (Katz, 1997), “tercer entorno” (Lévy, 1998; Echeverría, 1999) e inclusive “digitalismo” (Terceiro, 1990, 1996 y 2001; Alonso, 2002). Pero el estudio de “la vida en el ciberespacio” (Ardévol, 2002) trasciende la exploración de los nombres que ha recibido. Un ejemplo de la necesidad de denominar los fenómenos contemporáneos es el término digitalismo, empleado para referir el fenómeno de propagación de las tecnologías digitales. La presencia de robots y máquinas inteligentes (smarts), como drones o impresoras 3D, en nuestro entorno, incluso, en nuestros hogares, plantea cuestiones en el cambio cultural de nuestras sociedades, y es que todas estas opciones eran impensables hasta hace 100 años.

Las cifras hablan por sí mismas. Según Navas (2016) En 2013 había más de un billón de cosas inteligentes conectadas a internet “comunicándose entre ellas”. Se ha estimado que, para 2020, habrá más de 27 billones de cosas conectadas directamente a internet mediante sensores Wireless. Y esta cifra se doblará cada cinco años. Hay que tener en cuenta que las personas, en las economías desarrolladas, poseen entre 1000 y 5000 cosas. Luego, no es descabellado pensar que habrá, en un tiempo no muy lejano, más objetos, en el planeta Tierra, que personas. En términos monetarios, en EU, en 2013, el internet de las cosas representaba 307 billones de euros. Se prevé, sin embargo, que para el 2020, supondrá 1.181 billones de euros.

2.5 Cibersociedad y los retos en la educación para el cambio social

Gracias a Internet se logró acceso a comunidades que sin esta tecnología sería imposible saber de ellas, o viceversa, la comunicación y todo lo que sucede en el mundo está también al alcance de todo aquel usuario con acceso a internet en cualquier área del país por remota que parezca. Si bien el acceso es aún muy limitado.

Internet ofrece una nueva y novedosa realidad digital, así como productos de última generación para llevar a cabo esta nueva manera de darnos a conocer al mundo; sin embargo toda esta gama de posibilidades tecnológicas tiene también efectos sociales, políticos y sobre todo de tipo económico; en Guatemala por ejemplo existen regiones donde las familias sobreviven con lo equivalente a un dólar americano por día, y lo sorprendente es que aún así cuentan con un dispositivo móvil con servicio a internet irregular. Esta ventana digital debe aprovecharse con fines educativos, el canal de YouTube ofrece infinidad de conocimientos por medio de video tutoriales, pero este canal requiere de banda ancha de internet para una navegación adecuada y fluida; convirtiéndose por el momento en una de las barreras que impide el aprendizaje a través de esta red social.

Morales (2010) en su boletín sobre Cibercultura, Cibernsiedad y Ciberaprendizaje, menciona que este es el momento de la interacción pura y el nacimiento de la posibilidad de comunicación es gigante. Que sin interacción es imposible la comunicación y viceversa, que este el momento del cambio estructural del sistema social, pero que la interacción debe ser constante. Ahora lo social ya no es sólo vertical menciona, sino también horizontal. El hombre ahora busca defender sus derechos, exige al gobierno el bienestar social, exige respeto y si no encuentra respuestas se lanza hacia los movimientos sociales o lo que algunos llaman ingobernabilidad. De esto se pueden mencionar algunos ejemplos de cómo la eternamente dormida y mal llamada clase media guatemalteca despertó de su letargo social, lanzándose a las calles exigiendo la renuncia de las autoridades de turno, y todo esto fue posible gracias a la tecnología y el acceso a redes sociales. Pero la brecha en el acceso al servicio de internet aún es enorme, sobre todo si se toman como indicadores las áreas rurales de nuestro país.

Jacques (1994) en relación a los pilares de la educación en este siglo XXI y refiriéndose a nuestra nueva forma digital de aprendizaje menciona que el mismo ofrecerá recursos sin precedentes tanto a la circulación y al almacenamiento de informaciones como a la comunicación, planteará a la educación una doble exigencia que, a primera vista, puede parecer casi contradictoria: la educación deberá transmitir, masiva y eficazmente, un volumen cada vez mayor de conocimientos teóricos y técnicos evolutivos, adaptados a la civilización cognoscitiva, porque

son las bases de las competencias del futuro. Esto puede contrastar drásticamente con la realidad guatemalteca, donde la tecnología aún no toma su rol de protagonista en materia educativa, por el momento se limita a socializar y a difusión de noticias, con el riesgo siempre de generalizar, dado que no se cuenta con estadísticas y estudios de medición sobre este fenómeno.

Entre los retos que plantea Jacques (1994) están: “aprender a conocer” que consiste para cada persona en aprender a comprender el mundo que la rodea; “aprender a hacer” y esto está más estrechamente vinculado a la cuestión de la forma profesional y a la manera en cómo enseñar al alumno a poner en práctica sus conocimientos y, al mismo tiempo, como adaptar la enseñanza al futuro mercado del trabajo, cuya evolución no es totalmente previsible; “Aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás” y es que a través de los medios de comunicación masiva, la opinión pública se convierte en observadora impotente, y hasta en rehén, de quienes generan o mantienen vivos los conflictos; “Aprender a ser” es posiblemente el pilar de la educación más importante, porque en un mundo en permanente cambio, hay que conceder un lugar especial a la imaginación y a la creatividad.

Los pilares de la educación implican en todo momento a la Cibercultura, y como tal debe procurarse siempre el acceso libre y sin restricciones a este tipo de conocimiento basado en bytes. Si bien en Guatemala la realidad tecnológica es muy distinta al resto del mundo, se deben impulsar políticas y leyes que regulen este servicio, así como garantizar el acceso de calidad de la población, ya que hasta el momento las empresas encargadas de ofrecer el servicio de Internet parecen ponerse de acuerdo en las tarifas y “paquetes de navegación”.

Una educación virtual es posible, siempre que se garantice un servicio y acceso sin restricciones a toda la población.

2.6 Teoría del pensamiento reflexivo y crítico

Existen múltiples definiciones elaboradas por diversos filósofos, psicólogos y educadores acerca de la naturaleza del pensamiento. En el documento Principios para la Integración del Currículo (1987) proponen la siguiente definición:

“Capacidad que tiene el ser humano para construir una representación e interpretación mental significativa de su relación con el mundo”.

Todo ser humano desarrolla la capacidad para pensar a partir de unas ciertas condiciones biológicas naturales e histórico-culturales. Como parte de sus procesos de adaptación natural y apropiación cultural, el ser humano desarrolla funciones mentales superiores como lo son la percepción, la memoria, la solución de problemas y la toma de decisiones. El proceso por el cual se constituye un mundo significativo para el sujeto es el mismo por el cual se constituye el sujeto. “A lo largo de su desarrollo el sujeto va elaborando no sólo sus conocimientos, sino también las estructuras o mecanismos mediante los cuales adquiere estos conocimientos, es decir construye su conocimiento del mundo, pero también su propia inteligencia.” (J. Delval, en J. Piaget, La epistemología genética, 1986).

Capítulo 3. Metodología

3.1.Método y tipo de investigación

El presente trabajo se desarrolló a través del método deductivo; Hurtado y Toro (2005) en relación a este método:

“La deducción es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal o general a lo particular. Consiste en partir de una o varias premisas para llegar a una conclusión. Es usado tanto en el proceso cotidiano de conocer como en la investigación científica. Como método científico fue utilizado por los antiguos griegos. Aristóteles organizó el proceso deductivo utilizando los silogismos, considerando que la premisa mayor debía referirse a la esencia o sustancia del objeto, con el fin de que fuera verdadera, de tal modo que la conclusión también lo fuera”.

El universo de esta investigación lo comprenden 12 catedráticos y 230 estudiantes pertenecientes a la jornada de plan sabatino de la Escuela de Historia distribuidos en las carreras de Profesorado de Enseñanza Media, Técnico Universitario en Archivos y la Licenciatura en Historia. **El enfoque de la investigación es mixto;** proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. En esta investigación el enfoque cuantitativo se aplicó al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta; el enfoque cualitativo se aplicó por consiguiente al analizar y interpretar el contexto de la Escuela de Historia por medio de la observación y las entrevistas.

Estas técnicas de investigación permitieron la recolección de datos con el fin de desarrollar estrategias de comunicación para beneficio de la Escuela y sus estudiantes.

La página web institucional de la Escuela de Historia brindó información de carácter oficial y de interés para el presente estudio. Las entrevistas se concertaron con los coordinadores de la jornada del fin de semana.

Tipo de investigación

Para la presente investigación se utilizó el estudio descriptivo, ya que los datos obtenidos por medio de las entrevistas, la encuesta, la observación y la consulta bibliográfica se describieron por medio de gráficas, tablas y análisis en el cual se detallan los medios digitales más utilizados por la comunidad estudiantil perteneciente a la Escuela de Historia, entre otros indicadores.

Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, (1991) en relación el estudio descriptivo menciona que los mismos miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir.

3.2. Alcances de investigación

El objeto de estudio del presente diagnóstico institucional estuvo orientado a verificar problemas o fallas en materia de comunicación en la Escuela de Historia en la jornada sabatina –PAD-, específicamente a la comunicación de tipo virtual, el mismo sirvió para describir; en primera instancia, los canales utilizados y los mensajes elaborados por la Escuela de Historia; y en segundo plano, describir la opinión de la comunidad estudiantil pertenecientes a esta unidad académica en relación a la comunicación institucional de esta unidad académica, de igual manera para describir los canales virtuales más utilizados por los estudiantes, así como el sentido de pertenencia hacia la Escuela de Historia.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

Determinar la situación de la comunicación virtual en la Jornada del Plan Sabatino de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los canales virtuales de comunicación entre los distintos grupos que conforman la Jornada de Plan Sabatino de la Escuela de Historia.
- Analizar los mensajes que produce la Escuela de Historia a través de sus redes sociales y página web en su contenido y forma.
- Identificar a los actores vinculados a la comunicación dentro de la Escuela de Historia.
- Analizar la percepción de los estudiantes de la Escuela de Historia hacia la imagen institucional.

3.3. Técnicas de investigación

- Reuniones

Las reuniones se llevaron a cabo con la licenciada Elma Gil, asistente de Dirección. Por medio de estas reuniones se identificó a los actores o personas responsables de desarrollar la comunicación institucional, de la misma manera es la persona que más conoce de los procesos de comunicación y de los canales virtuales que se utiliza actualmente con carácter de institucionales.

- Entrevistas

Por medio de las entrevistas, las cuáles fueron realizadas a los coordinadores de las carreras de la jornada de Plan Sabatino, así como a la Licenciada Elma Gil, quien es asistente de la oficina de Dirección de la Escuela de Historia.

Es necesario saber si los catedráticos utilizan Facebook, Twitter, WhatsApp, correo electrónico u otra red social para mantenerse en comunicación con los estudiantes; determinar cuáles son las redes que más utilizan para llevar a cabo sus actividades.

Determinar si la comunicación es importante para ellos, e identificar las dificultades que representa para ellos desarrollar la comunicación en los medios virtuales.

Si alguien posee el conocimiento sobre la personalidad y motivaciones de los estudiantes de la Escuela de Historia son sus propios catedráticos, así que ellos forman una fuente de información muy valiosa que no puede obviarse.

- **Encuestas**

Las encuestas fueron dirigidas a los estudiantes de la Jornada de Plan Sabatino de las tres carreras disponibles. Se trata de saber si el estudiante está informado de todas las actividades que realiza la Escuela de Historia; en qué medios de comunicación recibe información oficial. Fue determinante sondear la opinión de los estudiantes con relación a la comunicación virtual de la Escuela de Historia.

Por medio de las encuestas se indagó sobre los medios por los cuales les gustaría recibir información y contenido de interés para las respectivas carreras que cursan; de igual importancia fue determinar cuántas redes sociales utilizan actualmente.

- **Observación**

Esta técnica de investigación tiene como fin primordial, conocer y analizar sobre los procesos de comunicación interna y externa; así como los espacios destinados a la misma, tales como carteleras, afiches, mantas y demás material disponible. Así mismo observar la relación y las actividades de cada área de estudio, así como determinar cómo se desarrolla la identidad visual en los espacios o salones de clases.

A través de esta técnica se pudo constatar si la Escuela de Historia no cuenta con un departamento de comunicación, así como una persona responsable de generar comunicación. Se pudo observar si los espacios se están aprovechando para promocionar o cultivar el sentido de pertenencia.

3.4. Instrumentos

Cuestionario

Para las encuestas se pasó un **cuestionario** individual a una muestra representativa de los estudiantes de la Jornada Sabatina solicitando información relacionada a los procesos relacionados a la comunicación institucional, así como los canales virtuales que ya utilizan, y en qué medios virtuales les gustaría recibir comunicación de parte de la Escuela de Historia. Esta información se tabuló en la opción de “Formularios” de Google, ya que esta herramienta permite la creación de gráficas en porcentajes para su fácil interpretación.

Guía de entrevista

Previamente a las entrevistas se diseñó una secuencia de preguntas específicas con el fin de obtener información valiosa sobre los procesos y los canales de comunicación utilizados por Control académico y de la Coordinación de la jornada sabatina. Para las mismas se utilizó y con previa autorización el uso de grabación de audio de las entrevistas. Con esta serie de preguntas se buscó obtener información sobre lo importante que es la comunicación para la relación catedrático-estudiantes. Y de cómo la tecnología puede ser utilizada al servicio de la educación y la difusión de conocimiento.

3.5. Población y muestra

Para el presente diagnóstico se definió como universo los 230 estudiantes de la Jornada Sabatina de las carreras del Profesorado de Enseñanza Media, Técnico Universitario en Archivos y la Licenciatura en Historia; la jornada sabatina en relación a la jornada diaria que aglutina alrededor de 1,100 estudiantes, es una de las jornadas más distantes en temas de comunicación, esto debido que los estudiantes acuden una sola vez a la semana al Edificio S-1 de Ciudad Universitaria.

La muestra se obtuvo utilizando la fórmula:

Siendo el universo 230 estudiantes, y aplicando un nivel de confianza del 80% y un margen de error del 5% la muestra que se obtuvo es de 96 estudiantes a encuestar.

Tamaño de la muestra

96

Página de apoyo para calcular el tamaño de la muestra: <http://normasapa.net/formula-muestra-poblacion/>

3.6. Método de análisis

La información recabada a través de las encuestas se tabuló con la herramienta “Formularios” de Google, que recopila y organiza todo tipo de información de manera ordenada y sistemática. Posteriormente se realizó un análisis e interpretación de las gráficas y resultados de la encuesta. La herramienta Formularios de Google muestra los gráficos correspondientes a cada pregunta; además se pueden ver los resultados de cada persona en el mismo orden en el que se realizó. Por último, se pueden exportar los resultados como Hoja de Cálculo o PDF.

Sobre el método de análisis en la observación se hará una descripción simple, llana y, en estilo narrativo, que recogerá cualitativamente todas las características de la situación comunicacional de la Escuela de Historia en el plan Sabatino que observamos.

En relación al análisis cualitativo de las entrevistas se llevó a cabo seleccionado los datos para posteriormente presentarlos por medio de una descripción simple y narrativa de la entrevista misma.

Capítulo 4. Resultados del diagnóstico

4.1. Análisis de la comunicación virtual

La comunicación interna en la Escuela de Historia se define como horizontal, respetando la jerarquía según su estructura orgánica contenida en el Reglamento General de la Escuela de Historia, Capítulo I, Organización y fines, Artículo 2.

En términos generales, la comunicación interna se define según Fernández (1991) como 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 mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos de la organización.

En la Escuela de Historia, como se puede apreciar en su organigrama; se practica la comunicación horizontal, todos los lunes se reúne el Consejo Directivo quien es la máxima autoridad cuando de tomar decisiones trascendentales para la Escuela se trata; en el mismo participan la Directora de Escuela, la Secretaría Académica, los vocales I, II, III, IV y vocal V; los últimos dos conformados y representados por estudiantes.

En la Escuela de Historia existe un ambiente agradable y propicio para desarrollar estrategias de comunicación que ayuden a mejorar la comunicación interna, sobre todo en lo relacionado a los medios de comunicación virtual; al no contar con un departamento de comunicación o una persona encargada de desarrollar la comunicación interna y externa no se están aprovechando estas plataformas que ayudarían de una manera exponencial en la comunicación institucional interna que se vislumbra hacia el público externo que lo conforman los estudiantes de esta unidad académica.

En el Plan Sabatino, específicamente, se practica la comunicación ascendente/descendente; el licenciado Salvador Montufar, quién es el coordinador de esta jornada es el encargado de

transmitir las últimas directrices relacionadas al quehacer académico e institucional; el Lic. Montúfar para comunicarse con sus catedráticos utiliza el correo electrónico, de manera informal la red social WhatsApp y las reuniones presenciales los sábados, de igual manera los catedráticos y personal administrativo ante cualquier duda o sugerencias se comunican con el Licenciado Montúfar, de la misma manera, a través de correos electrónicos, llamadas, WhatsApp, Facebook o de manera personal.

En la Escuela de Historia la mayoría de decisiones sobre procesos y trámites académicos son tomadas a través del Consejo Directivo. la Dra. Artemis Torres Valenzuela, Directora actual de la Escuela es la imagen pública institucional, es quien informa sobre los avances y logros de la Escuela de Historia en materia académica. De esta cuenta se le puede observar junto a la Licda. Olga Pérez en entrevistas e inaugurando eventos académicos y sociales organizados por la Escuela de Historia.

Los principales medios de comunicación interna son:

- Actas
- Circulares
- Correos electrónicos
- Cartas oficiales
- Teléfono
- Grupos de WhatsApp
- Página web oficial: <http://escuelahistoria.usac.edu.gt>
- Fan page oficial en Facebook

Aunque se siguen confiando en los medios tradicionales de comunicación como las cartas, circulares, etc. es una realidad que los catedráticos y personal administrativo cada vez empiezan a involucrarse más en las redes sociales y plataformas virtuales como medio de comunicación. El licenciado Salvador Montúfar explica que, hoy día el 100% de los catedráticos y personal administrativo cuentan con teléfonos inteligentes y eso hace más fácil la comunicación. La fan Page oficial de la Escuela de Historia en la red social Facebook suele informar sobre sucesos y

actividades relacionadas al acontecer académico, convirtiéndose en un medio oficial y en el que todos los catedráticos y personal administrativo debe prestar atención.

Uno de los problemas o barreras de las redes sociales es que existen los rumores y las noticias falsas, eso hace que cualquier noticia deba verificarse para no caer en disociaciones de ningún tipo.

Van-Der Hofstadt (2005) hace mención en su obra algunos aspectos significativos como la forma en que nace esta comunicación; es progresiva y sujeta a factores como el estilo de comunicación de los superiores, el nivel de homogeneidad del grupo o grupos de la organización, la proximidad y relaciones personales de cada persona.

Según la observación y una entrevista realizada al Licenciado Montúfar (Salvador Montúfar, comunicación personal, 26 de septiembre de 2018), actual coordinador de la Jornada Sabatina, existe buena comunicación entre coordinadores de la jornada diaria y la jornada sabatina, de igual manera existe una buena comunicación entre coordinadores de las licenciaturas en Historia, Arqueología, Antropología y Enseñanza de Historia; el Profesorado en Enseñanza Media, el Técnico Universitario en Archivos y la Maestría en Historia del Arte.

Para mantenerse comunicados entre coordinadores se utiliza el correo electrónico, las llamadas telefónicas, por medio de WhatsApp, de manera personal por amistad y compañerismo. Se puede observar la cordialidad que existe entre coordinadores.

Los modelos de comunicación circular, como apunta Lucas Marín, (2002) “rompen la nítida distinción entre emisor y receptor propia de los modelos lineales y se adaptan mejor a la comprensión de las relaciones personales cara a cara”. En este último caso, cabe hablar más bien de agentes comunicadores, que en cada momento adoptarán el papel de emisor o receptor según el caso.

La Jornada Sabatina de la Escuela de Historia no está exenta de la comunicación circular, es decir, aquella que tiene lugar entre los miembros de un equipo de trabajo y en la que cada uno de ellos puede comunicar con los miembros más cercanos. La actitud de las personas siempre influye en este tipo de comunicación para bien o para mal y esto es algo que no se puede controlar del todo, casi siempre se refiere a malos entendidos o desacuerdos. En la jornada sabatina las reuniones son muy importantes como lo menciona el Lic. Montúfar, (Salvador Montúfar, comunicación personal, 26 de septiembre de 2018), Coordinador de la Jornada Sabatina, y es que no es lo mismo tratar un asunto por teléfono o por mensajitos de texto; las reuniones son cada vez más importantes para una correcta y efectiva comunicación interna, solo a través de reuniones presenciales se logrará llegar a buenos acuerdos que beneficien a la Escuela de Historia y mejoren los procesos académicos concerniente a la jornada sabatina.

Detonantes de crisis en medios virtuales

Por medio de una revisión bibliográfica y entrevistas se determinó que la Escuela de Historia no cuenta con Manuales de comunicación de imagen, e institucionales y al no contar con este tipo de materiales, tampoco cuenta con estrategias para “Comunicación en crisis”. En la entrevista realizada al Licenciado. Montúfar (Salvador Montúfar, comunicación personal, 26 de septiembre de 2018) refería que no existen manuales de comunicación y que al encontrarse ante una crisis de comunicación, siendo las más comunes los comentarios ofensivos y quejas en redes sociales, siguiendo por las noticias falsas que afectan directamente la imagen de la Escuela de Historia, ante ello sólo pueden contar con el conocimiento empírico sobre el tema y tratar de resolverlos de la mejor manera posible.

Sobre la importancia de contar con manuales sobre comunicación en crisis, Neil (2000) menciona que Internet podría actuar como un “gatillo”, un estratagema usada por grupos/activistas para defender puntos de vista contrarios a una organización, o una herramienta valiosa que la empresa puede usar para responder a las situaciones de crisis. Además, añade, Internet puede crear una crisis en forma de rumores, por el uso que del mismo hagan los *hackers*, o los ciberterroristas. Neil observa que los rumores en Internet tienen su fuerza porque están “escritos” (no es el

resultado de la comunicación oral) y muchas veces son considerados verídicos por la prensa tradicional. En este sentido, también señala que hay una diferencia entre el poder de un rumor que se queda solo en el ámbito de Internet, y aquel que es capturado y diseminado por los medios tradicionales, de ahí la importancia de la monitorización de los comentarios en los foros, para evitar su divulgación hacia otros ámbitos. Neil en el año 2010 se refería a los grupos de discusión principalmente, si se toma en cuenta que la red social con más usuarios en el mundo Facebook tardaría cuatro años más en ver la luz virtual, desde entonces las redes sociales han despegado, actualmente el número de redes sociales disponibles en Internet.

Comunicación externa

A continuación se describe un análisis sobre cómo se desarrolla la comunicación externa en la Escuela de Historia, este análisis reúne información recabada a través de la revisión bibliográfica; revisión de los medios virtuales de comunicación; observación; entrevista al Coordinador de la Jornada Sabatina; y una encuesta a estudiantes de la Jornada Sabatina, de igual manera se incluye resultados de la misma.

La Escuela de Historia por medio de la página web: www.escuelahistoria.usac.edu.gt, divulga todo lo relacionado a las carreras que se imparte, siendo esta página la primera fuente de información para estudiantes de primer ingreso. Además, en este sitio virtual se puede encontrar fácilmente todo lo relacionado al quehacer académico e institucional, información como los objetivos, misión y visión, el marco jurídico sobre el cual se sustenta la creación y funciones de la Escuela de Historia, organigrama y la manera en la que está estructurada esta unidad académica. Y aunque la información no se actualiza constantemente la misma cuenta con información básica para comprender su historia, funciones y estructura para la realización de sus actividades. La página web es manejada por un ingeniero en sistemas con la supervisión de Secretaría Académica.

La Escuela de Historia cuenta con publicaciones como la Revista Estudios, boletines, Revista Egresados, entre otras, por medio del Instituto de Investigaciones Históricas, Antropológicas y

Arqueológicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala se realiza la Revista Digital; publicación que constituyen los órganos de divulgación de los conocimientos generados de manera principal por los investigadores titulares y auxiliares del IIHAA.



Página web: www.escuelahistoria.usac.edu.gt 2018

Otro medio de comunicación externa lo constituye la fan page de Facebook con el nombre: “Escuela de Historia, USAC”, siendo el medio de comunicación oficial con información actualizada; esta página se utiliza para compartir información de interés para los estudiantes de la jornada diaria y sabatina. Aunque no es una página muy activa, comparte información sobre eventos de carácter académico y social. Por el momento solo comparte información de interés estudiantil.



Fan page oficial en Facebook: “Escuela de Historia, USAC”

Correo electrónico: eschistoriausac@gmail.com

Es por medio del correo electrónico que la Escuela de Historia logra alcanzar a la mayoría de sus estudiantes, personal académico y administrativo, de esta cuenta los estudiantes consideran más efectivo el correo electrónico, por considerarlos más personal y efectivo al momento de comunicarse.

Sobre la comunicación externa e interna se realizó una encuesta para determinar la manera en que la Escuela de Historia se comunicaba con su público; comprendido por la comunidad estudiantil de la Jornada Sabatina. A continuación algunos de los resultados relacionados con la comunicación institucional:

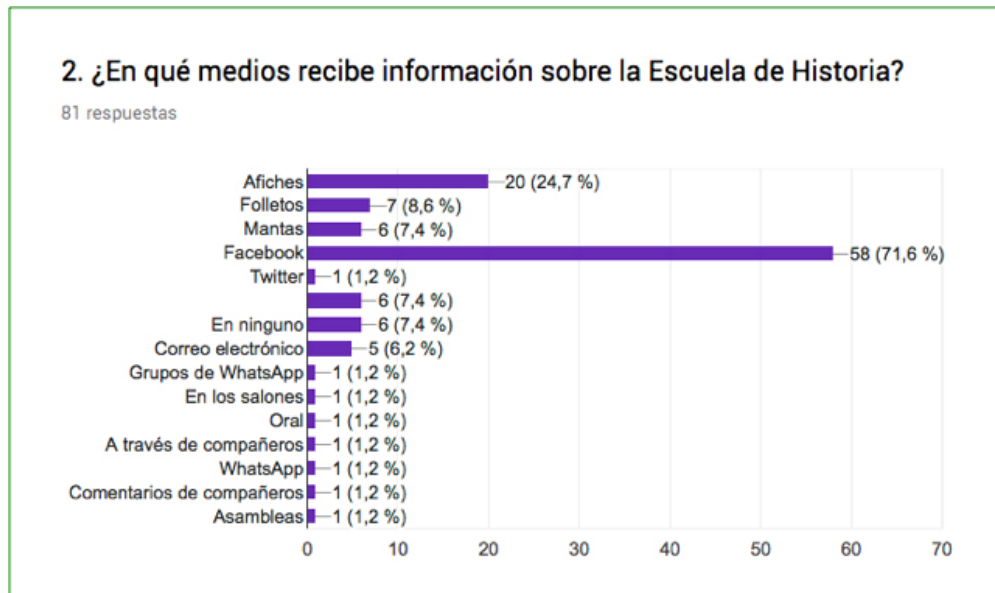
Gráfica 1 –Reconocimiento de actividades



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia. Guatemala, octubre 2018

La Escuela de Historia realiza y participa en innumerables actividades relacionadas al quehacer académico y social; sin embargo sólo el 37% de los encuestados respondió estar “enterados” de las mismas; el 54.3% indica estar enterados “muy poco”; el 8,6% de los estudiantes respondió “no” enterarse de nada de lo que acontece en la Escuela de Historia. En la siguiente gráfica se detallan los canales y medios favoritos de consulta de la comunidad estudiantil perteneciente a esta unidad académica.

Gráfica 2 –Comunicación online y offline



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia. Guatemala, octubre 2018

La gráfica 2 detalla perfectamente como la Escuela de Historia ha encontrado en la red social Facebook una manera efectiva de comunicarse con sus estudiantes; vemos de igual forma como siguen apoyándose en medios tradicionales offline, como afiches y mantas para reforzar la comunicación institucional.

Gráfica 3 –Comunicación institucional



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia. Guatemala, octubre 2018

El 43,2% de los estudiantes considera como “regular” la comunicación generada por la Escuela de Historia, mientras el 40,7% se refiere a la comunicación institucional como “buena”, un 11,1% de la población estudiantil considera como “muy buena” la comunicación de la Escuela; sólo un 5% califica la comunicación oficial como “mala”.

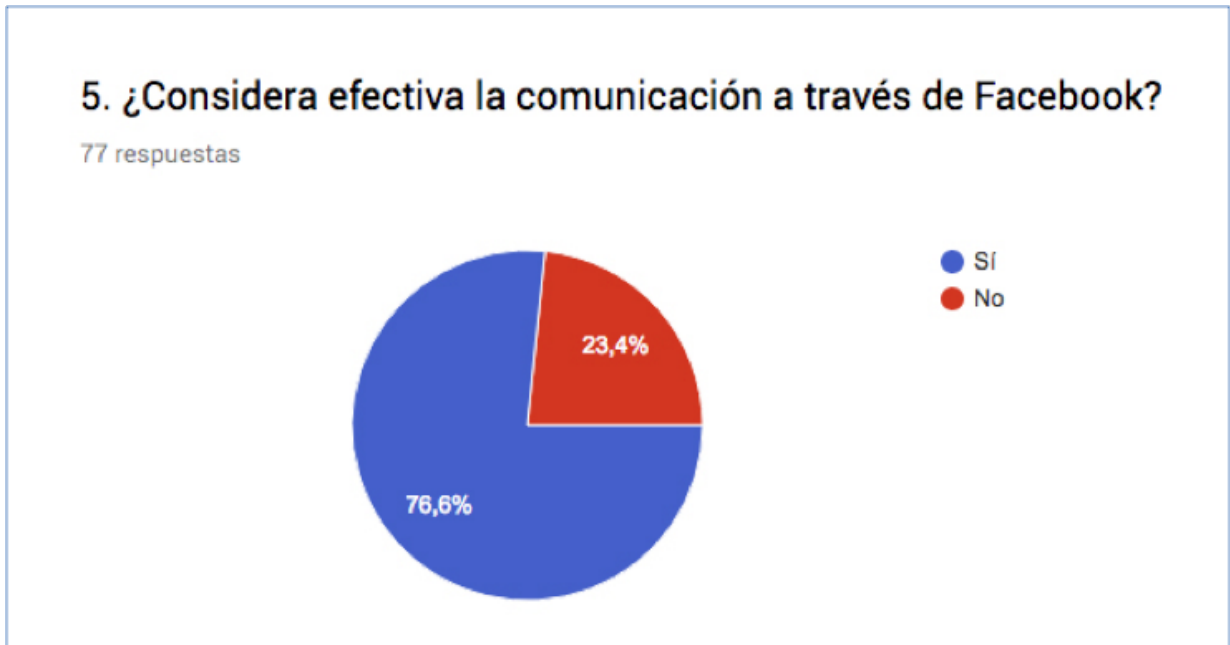
Gráfica 4 –Comunicación docentes-estudiantes



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia. Guatemala, octubre 2018

Es evidente que la mayoría de los estudiantes consideran como buena la comunicación entre docentes y estudiantes, es algo que se pudo constatar por medio de la observación; sin embargo este tipo de comunicación se considera de tipo personal, cada docente se esmera en mantener lazos cordiales para con sus estudiantes utilizando canales y medios de comunicación virtuales de tipo personal y no los institucionales u oficiales.

Gráfica 5 –Comunicación en redes sociales



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia.
Guatemala, octubre 2018

El 76.6% de la comunidad estudiantil encuestada considera efectiva la comunicación a través de Facebook, de hecho como se evidencia en las gráficas anteriores, esta red Social es de las favoritas de la Escuela de Historia para comunicarse con sus estudiantes y población en general; sólo el 23,4% considera que Facebook NO es un medio de comunicación efectivo.

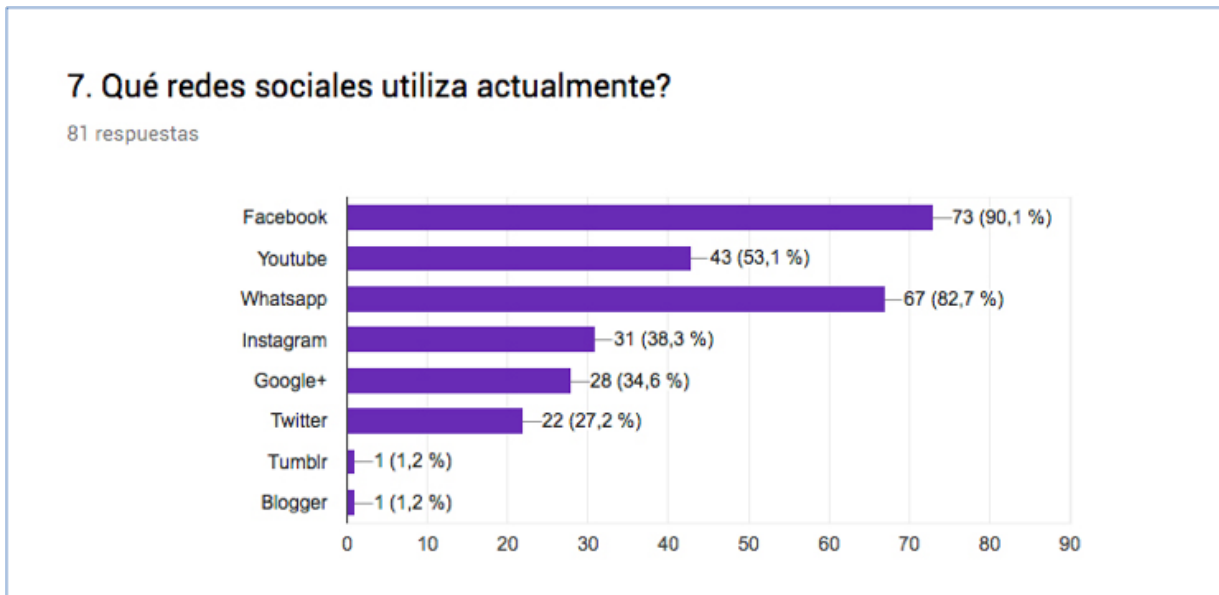
Gráfica 6 –Medios de comunicación favoritos



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia. Guatemala, octubre 2018

Entre la comunidad estudiantil encuestada, el correo electrónico figura como favorito para recibir contenido e información de la Escuela de Historia y todo lo relacionado al quehacer estudiantil, de esta cuenta el 69.5% le gustaría recibir contenido actualizado de carácter oficial a través del E-mail; el 56.1% confía y espera comunicación institucional por medio de Facebook; WhasApp es preferido por el 36,6 de encuestados. La comunicación offline figura muy poco como medios y canales de comunicación por el cual los estudiantes desearían informarse; los folletos lo sugieren sólo el 22%; los periódicos estudiantiles 19,6%; afiches y mantas, 13,4%. La televisión sólo la sugieren el 18,3% de los estudiantes, mientras que la radio, el 12,2% de los encuestados les gustaría recibir contenido de interés para su carrera. Ésta pregunta fue de respuesta múltiple.

Gráfica 7 –Perfil de estudiantes en redes sociales



Fuente: Elaboración propia en el marco del diagnóstico de comunicación virtual en la Escuela de Historia.
Guatemala, octubre 2018

Las y los estudiantes de la Escuela de Historia, jornada sabatina mantienen presencia en por lo menos tres redes sociales, el 90,1% de los encuestados tiene perfil en Facebook; WhatsApp es utilizado por el 82,7% de la comunidad estudiantil; seguido por Youtube con un 53,1% de presencia; en las siguientes redes sociales disminuye la presencia estudiantil de esta Unidad y Jornada Académica; Instagram es utilizado sólo por el 38,3% de los estudiantes; Google+ con 34,6% y Twitter, 24,2% de presencia estudiantil. Las últimas redes sociales son casi desconocidas por los estudiantes de esta Jornada. La respuesta fue de opción múltiple.

4.2. Análisis de la identidad e imagen corporativa

4.2.1 Identidad Corporativa

La identidad corporativa según Margulies (1977) son todos los mecanismos que una empresa elige para identificarse ante sus *stakeholders* –la comunidad, clientes, trabajadores, medios... Abratt (1989) la describe como lo que una audiencia puede reconocer de una empresa y distinguirla de las otras, y que puede ser utilizado para representar o simbolizar a la compañía. Mientras que Balmer (2001) da una descripción más amplia sobre el término; la identidad corporativa; menciona, es la suma de los elementos tangibles e intangibles que distinguen a una organización, y está configurada por las acciones de los líderes, por la tradición y el entorno de la empresa. [...] Tiene un horizonte multidisciplinar y fusiona la estrategia, estructura, comunicación y cultura de la empresa. Se manifiesta a través de múltiples canales, como el comportamiento y la comunicación de los trabajadores, las herramientas de comunicación comercial o el desempeño organizacional.

4.2.2 Signos

Lingüísticos: El nombre de la institución es Escuela de Historia, perteneciente a la Universidad de San Carlos de Guatemala y se presenta como “**Escuela de Historia, USAC**” Este nombre aparece en toda la documentación e información sobre carreras, horarios y actividades propias de esta unidad académica.

En las gráficas 1 y 2 se hace referencia sobre las actividades y medios oficiales; éstos sólo pueden analizar y definirse como institucionales solo sí llevan explícitas el nombre de la Escuela de Historia en el encabezado o pie de la información. De esta cuenta se infiere la importancia de unificar toda información que se genere desde la Escuela de Historia.

Iconográficos: La Escuela de Historia se distingue de las demás unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, al ser la única en la formación de profesionales en el campo de la Historia, Antropología, Arqueología, Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales, Técnico Universitario en Archivos y Maestrías en Historia y Antropología.

4.2.3 Cromáticos

Logotipo y colores Escuela de Historia



Significado del logo:

El nombre de la Escuela de Historia se encuentra de forma literal, a la vez se encuentra representada por la letra H, que identifica a todas las carreras afines a la historia.

En el centro, una figura que forma parte de los Murales de San Bartolo, El Petén Guatemala.

La figura central, es uno de los cinco infantes que conforman la escena del “Nacimiento del Guaje”. Esta figura posee un largo mechón de cabello; posee también un cordón umbilical; desde su rostro exhala volutas de aliento, y su significado solo puede entenderse si se analiza junto a las demás figuras del mural.

El color utilizado en el logotipo es el color VERDE OSCURO, aunque en el Manual de Imagen de la Universidad de San Carlos de Guatemala menciona que los colores de esta unidad académica es el plateado 420c según la guía de Pantone; lo cierto es que hoy día, el color verde oscuro identifica plenamente a la Escuela de Historia, se puede inferir que el color verde oscuro indica la defensa y protección de nuestra Historia y del Patrimonio Cultural de la Nación.

Todos estos elementos permiten el reconocimiento pleno de la Escuela de Historia.

Función inmediata:

Uno de los grandes retos de la Escuela de Historia es borrar de la mente de las personas que la Escuela de Historia se dedica al estudio de la historia solamente. La historia es más que memorizar fechas y nombres. Como menciona la Dra. Artemis en una entrevista para el Programa Nuestro Mundo por la Mañana: Se estudia la historia, para comprender el presente y cambiar el futuro. La Escuela de Historia en sus actividades y cursos propicia el pensamiento crítico.

Función acumulativa:

La Escuela de Historia desde su nacimiento como unidad académica en agosto de 1974 se ha caracterizado por investigar, estudiar y divulgar todos los aspectos concernientes a la Historia, promueve y desarrolla publicaciones que tiendan a difundir el conocimiento de la Historia y las ciencias y disciplinas afines; colabora en la conservación, defensa e incremento del patrimonio cultural de la nación.

4.2.4 Imagen corporativa

La Escuela de Historia es una unidad académica que se caracteriza por su compromiso y conciencia social para con el pueblo guatemalteco, su fin siempre va unido al de la Universidad de San Carlos de Guatemala que es elevar el nivel espiritual de los habitantes de la República, promoviendo, conservando, difundiendo y transmitiendo la cultura en todas sus manifestaciones. La Escuela de Historia como su misión lo indica es la encargada de la formación integral teórico práctica, de profesionales con identidad, responsabilidad, ética, integridad, transparencia, solidaridad, compromiso y conciencia social, en el campo de la historia, antropología y arqueología, a nivel de pre-grado, grado y postgrado.

Sus estudios se desarrollarán sobre la base de una integración plena de las funciones docentes, de investigación, servicios y extensión universitaria, de manera que sus egresados adquieran capacidad, no solo para el ejercicio de una profesión, sino para promover cambios positivos en el ámbito de su especialidad científica y en el medio social que actúen.

La Escuela de Historia se ubica en el Edificio S-1, 2do. Nivel, de la Ciudad Universitaria. Aunque no es un dato oficial, la Escuela cuenta con mil 400 estudiantes, alrededor de 67 catedráticos y con más de mil 200 egresados. Su principal línea de estudio es desarrollar y promover el pensamiento crítico. Su presupuesto para el correcto funcionamiento de sus funciones proviene del Presupuesto del Estado asignado a la Universidad de San Carlos de Guatemala, por lo mismo depende del Consejo Superior Universitario y del Rector.

Todo lo relacionado a la base legal, marco histórico, misión, visión, objetivos, funciones generales, estructura orgánica y descripción técnica de puestos se encuentra en el “Manual de Organización” Aprobado por punto de acta: punto Segundo inciso 1.8, acta 17 de fecha: 7 de julio de 2006.

4.2.5 Cultura corporativa

La cultura corporativa según EcuRed (2018) la constituye el conjunto de normas, valores y pautas de conducta que comparten los integrantes de la institución, que se ve reflejado en sus comportamientos. Es determinada por factores tales como: la personalidad de sus directivos y colaboradores, por la historia de la institución, el entorno social donde se desarrolla, etc. La cultura es un factor de integración, ya que los miembros del grupo para sentirse parte deben cumplir con las pautas establecidas. Se puede trabajar y gestionar sobre la misma para alinearla con la filosofía y lograr una identidad coherente en todos los sentidos.

La Escuela de Historia comparte y adopta los valores de la Universidad de San Carlos de Guatemala; estos valores compartidos son los que se encuentran comprendidos en la declaración de Misión y Visión de Gobierno de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el Plan Estratégico de la Universidad. En ellos se pueden identificar los valores siguientes: 1. Compromiso social 2. Tolerancia 3. Autonomía universitaria 4. Eficiencia 5. Eficacia 6. Productividad 7. Ética 8. Excelencia académica.

4.2.6 Comunicación corporativa

La comunicación institucional en la Escuela de Historia tiene su base en los objetivos de la misma, que son los de investigar, estudiar y divulgar todos los aspectos concernientes a la Historia y las carreras afines. Además sus publicaciones informan sobre los vínculos que mantiene con instituciones universitarias, archivos, bibliotecas, museos, institutos, academias y asociaciones tanto nacionales como internacionales que se dedique siempre a la conservación, estudio o investigación de testimonios históricos.

Muy importante es para la Escuela el promover y desarrollar publicaciones que tiendan a difundir el conocimiento de la Historia y las ciencias y disciplinas afines.

Uno de los aspectos de las actividades de la Escuela de Historia es que siempre promueve el pensamiento crítico, línea del pensamiento que formula problemas y preguntas vitales, con claridad y precisión, que además acumula y evalúa información relevante y usa ideas abstractas sobre la realidad nacional para interpretar esa información, con el fin de llegar a conclusiones y soluciones; incentivan a pensar con una mente abierta dentro de los sistemas alternos de pensamiento; al idear soluciones a problemas complejos sobre la realidad nacional y de los procesos históricos de nuestro país, se comunica efectivamente sobre sus funciones y objetivos trazados en su organización. A continuación se presenta el resultado de la encuesta sobre comunicación en los estudiantes de la Escuela de Historia de la Jornada sabatina, en el inciso 8 de la misma se solicita información sobre el nivel del pertenencia de la comunidad estudiantil:

8. ¿Qué significa para usted estudiar en la Escuela de Historia?

Respuestas:

1. Este espacio permite observar las matices desde las distintas posiciones sociales con respecto a los procesos de la historia
2. Es muy importante para mí pues es un lugar en donde se permite pensar de manera crítica y científica, así como analizar la realidad social sin tapujos

3. Comprensión y desarrollo del pensamiento crítico libre y efectivo
4. Me gusta la educación porque me gusta enseñar
5. Razonar, criticar
6. Tiene un valor importante por la crítica que se genera
7. Es la mejor experiencia de mi vida
8. Oportunidad de desarrollo personal y profesional con conciencia social que ve la realidad del país
9. Superación intelectual, conciencia social y de clase
10. Significa conocer tanto la realidad de Guatemala, cómo conocer, hacer ciencia, y criticar, subjetivizar todo lo que está aconteciendo
11. Tener un carácter de cuestionar la historia central del país
12. Desarrollar, razonar y cuestionar
13. Significa poseer conciencia social y un espíritu de lucha que prevalece aunque te esté extinguiendo
14. Un paso para conocer la realidad del país y poder resolverla de la mejor manera. Personalmente me encanta la historia
15. El significado para mí es imposible, ya que gracias a esta Escuela he podido ampliar más mis horizontes y conocimientos de distintos temas
16. Es importante no olvidar la historia para no repetirla, si no para crear nueva historia desde los cánones existentes de ésta Escuela
17. Es un proceso de aprendizaje personal donde aprendo sobre historia, cosas nuevas para entender mi entorno
18. Conociendo de datos históricos, mediamente explicado en verdad y no a una historia repetitiva
19. Un privilegio ya que hay muchas personas que desean estar acá y por diversos factores no pueden
20. Crecimiento constante para la transformación de la sociedad al ampliar la perspectiva histórica y crear conciencia
21. Es un contenido de educación muy importante porque nos explican temas de problemas sociales, políticos desde el pasado para compararla en la realidad actual de nuestro país

22. Crear y obtener un aprendizaje crítico en consecuente a los procesos con la cual la historia es parte esencial en la vida social e individual
23. Es un reto y conozco muchas cosas que no conocía para mi nivel educativo y tener otro contexto personal para mi conocimiento
24. Importante ya que me ha permitido conocer los procesos históricos de forma crítica y no como la historia oficial la ha presentado
25. Es una excelente carrera que nos enseña a pensar de manera crítica
26. Enriquecimiento de conocimiento y de conciencia social para trasladarlo a los salones de clase
27. Regresar al pasado para entender el presente y transformar mi futuro
28. Una gran oportunidad para conocer el estado de nuestra nación
29. Es una gran oportunidad para mi aprendizaje
30. Aumentar el conocimiento sobre la misma para ampliar el modo de ver las cosas
31. El Progreso intelectual de saber y conocimiento
32. Ser una persona que transforme el discurso implantado por el sistema
33. Tener una base de aprendizaje para mi nivel académico
34. Algo muy positivo porque abre mi mente en cuanto a sucesos que no se transmiten generalmente
35. Una oportunidad para conocer nuestro pasado y de esa forma comprender el presente
36. Es lo mejor que me ha pasado
37. Preparación para el futuro
38. Tener conciencia de los procesos históricos que afectan en el presente y qué van a influir en el futuro
39. Actualización
40. Libertad y soberanía con pensamiento crítico
41. Una forma de transmitir el conocimiento a mis alumnos
42. Es una gran dicha y honor recibir los conocimientos en esta casa de estudios
43. Obtener conocimiento, no se puede decir orgullo porque aún hay cosas del sistema que se reproducen
44. Aumentar el conocimiento crítico a través de las lecturas

45. Que quiero aprender para enseñar
46. Compromiso
47. Aprender historia crítica y tener herramientas para lograrlo
48. Venir a hacer ciencia y aprender para salir con la frente en alto y ser transformador
49. Poder conocer y compartir la verdadera historia
50. Que soy un sancarlista y bendecido por nuestro creador por ello
51. Tener la oportunidad de generar pensamiento crítico
52. Lo mejor de lo mejor
53. Una pasión
54. Una oportunidad para el aprendizaje y enseñanza de una historia crítica
55. Orgullo
56. Un aprendizaje transformador para transformar al compartirlo
57. Una oportunidad de incrustarme en la realidad y poder proponer cambios que ayuden al desarrollo del país
58. El formarme como una persona crítica y con conciencia social
59. Una gran oportunidad de adquirir conciencia y un nivel más de conciencia social
60. Superación, conocer la historia, pero no como la han contado, sino la real sin tapujos
61. Ser parte de una comunidad de conocimiento donde el ejercicio de conciencia es primordial
62. Desinformarme
63. Entender más sobre nuestro pasado y de tal manera buscar mejorar y aportar al cambio para hacer un mejor futuro
64. Conciencia social
65. Significa construir una concepción de la sociedad de manera diferente y concebirme como persona diferente en pensamiento y actitud
66. Ser un cambio para mi país y tomar en los sucesos en el análisis
67. La oportunidad de aprender y aplicar conocimiento respecto a la sociedad del país
68. Profesionalismo y desarrollo
69. Para mi significa algo fuerte, grande. Es importante estudiar aquí
70. Tener la dicha de recibir conocimientos de lo que me interesa

71. Ser único, especial y de mente y criterio pensante, pues no a todos les gusta saber la verdad de nuestro país basado en la historia, así que es un orgullo ser crítico
72. Una oportunidad para conocer la historia
73. Un privilegio
74. Significa la oportunidad de aprender más sobre la realidad política y social de nuestra sociedades
75. Formar parte de una gran unidad académica
76. Una oportunidad de conocer nuestra realidad a través de la historia
77. Una oportunidad de ver las cosas desde un punto de vista crítico
78. Una posibilidad de transformación individual y social
79. Una forma de obtener un título, trabajar y dar clases
80. Grato
81. Una oportunidad

4.3 Análisis FODA O DAFO

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

<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Acceso a la información a través de la tecnología digital. · Cuenta con filosofía institucional. · Cuenta con herramientas virtuales como página web y perfil en redes sociales ya creados. · El Consejo Directivo siempre está dispuesto a mejorar la comunicación y a impulsar proyectos de innovación. · Personal con un alto sentido de compromiso con la Escuela de Historia. · Existe trabajo en equipo. · Se realizan publicaciones de investigaciones históricas en las ramas de Economía, Política, Arqueología y Sociología. · Cuenta con laboratorio de computación y un ingeniero en sistemas encargado de la página web. 	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Disponibilidad de personal para apoyar e implementar estrategias de comunicación. · Divulgación de información en redes sociales y correo electrónico. · Su público objetivo cuenta con acceso a Internet, teléfonos inteligentes y cuentan con al menos tres redes sociales activas. · Las aulas son espacios físicos para brindar información de manera directa a los estudiantes.
<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> · No cuenta con manuales de manejo de crisis en comunicación. · No se aprovechan de manera adecuada los medios de comunicación virtual. · No cuenta con estrategias de comunicación. · No posee manuales de imagen. · No cuenta con personal especializado en comunicación. · Falta de tecnología adecuada para reforzar la enseñanza-aprendizaje. · Falta de presupuesto. · Muy poca información oficial. · No cuenta con imagen institucional. 	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> · El cambio de autoridades cada 4 años pone en riesgo la continuidad de los proyectos que se elaboran. · Sin recursos para realizar estrategias de comunicación o divulgación. · No existe contacto con la División de Información y Publicidad de la USAC. · Gran parte de los problemas en las instituciones están directamente relacionados con una mala o no planificada gestión de esa comunicación interna que se proyecta siempre a la comunicación externa.

Con el cuadro del análisis FODA, y las ideas preliminares de posibles soluciones a lo que está sucediendo en la empresa, se hace un análisis más profundo de las alternativas, de acuerdo al “cruce de variables”, es decir, cuando hacemos combinaciones de la información recolectada:

<p>ALTERNATIVAS ENTRE FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES (usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades).</p> <ul style="list-style-type: none"> · Gracias a la disposición y apoyo de las autoridades de la Escuela de Historia se puede desarrollar una estrategia de comunicación que permita rediseñar la página de internet. · Los estudiantes poseen el fuerte interés en fomentar y desarrollar el pensamiento crítico; y sobre esto, los catedráticos poseen un amplio conocimiento para alimentar las redes sociales sobre esta línea del pensamiento. · Por medio de los catedráticos se puede promover la transformación digital en el proceso de enseñanza / aprendizaje utilizando las plataformas Elearning disponibles. · Desarrollar un plan de comunicación en redes sociales para incrementar el número de seguidores en los perfiles actuales para mejorar la comunicación externa e imagen de la Escuela de Historia. · Se puede fortalecer la comunicación institucional, fijando objetivos claros y alcanzables sobre lo que se desea comunicar como Escuela de Historia. 	<p>ALTERNATIVAS ENTRE DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES (superar las debilidades valiéndose de las oportunidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aprovechar al máximo los medios de comunicación alternativos, especialmente los virtuales. · Las redes sociales y página web se pueden mantener actualizadas con información de interés estudiantil. · Las redes sociales y plataformas virtuales pueden mejorar significativamente la comunicación y el proceso enseñanza / aprendizaje. · El correo electrónico sigue siendo un medio efectivo para comunicarse con la población estudiantil. · Elaborar manuales de imagen, manejo de redes sociales y manejo de la comunicación en crisis, con el único fin de mejorar la comunicación externa en la Escuela. · Se ha descuidado el tema tecnológico al servicio de la enseñanza, por lo tanto se hace más que necesaria la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación - Tic's-. · Cada vez se hace más necesaria la figura de un profesional de la comunicación en la Escuela de Historia.
---	---

**ALTERNATIVAS
ENTRE FORTALEZAS
Y AMENAZAS**

(Usar las fortalezas para reducir o evitar el impacto de las amenazas)

- Por medio del Consejo Directivo de la Escuela de Historia se puede gestionar presupuesto ante el Consejo Superior Universitario para el área de implementación de la tecnología virtual.
- Se cuenta con el apoyo de la Escuela de Historia para impulsar proyectos a largo plazo.

**ALTERNATIVAS ENTRE DEBILIDADES
Y AMENAZAS**

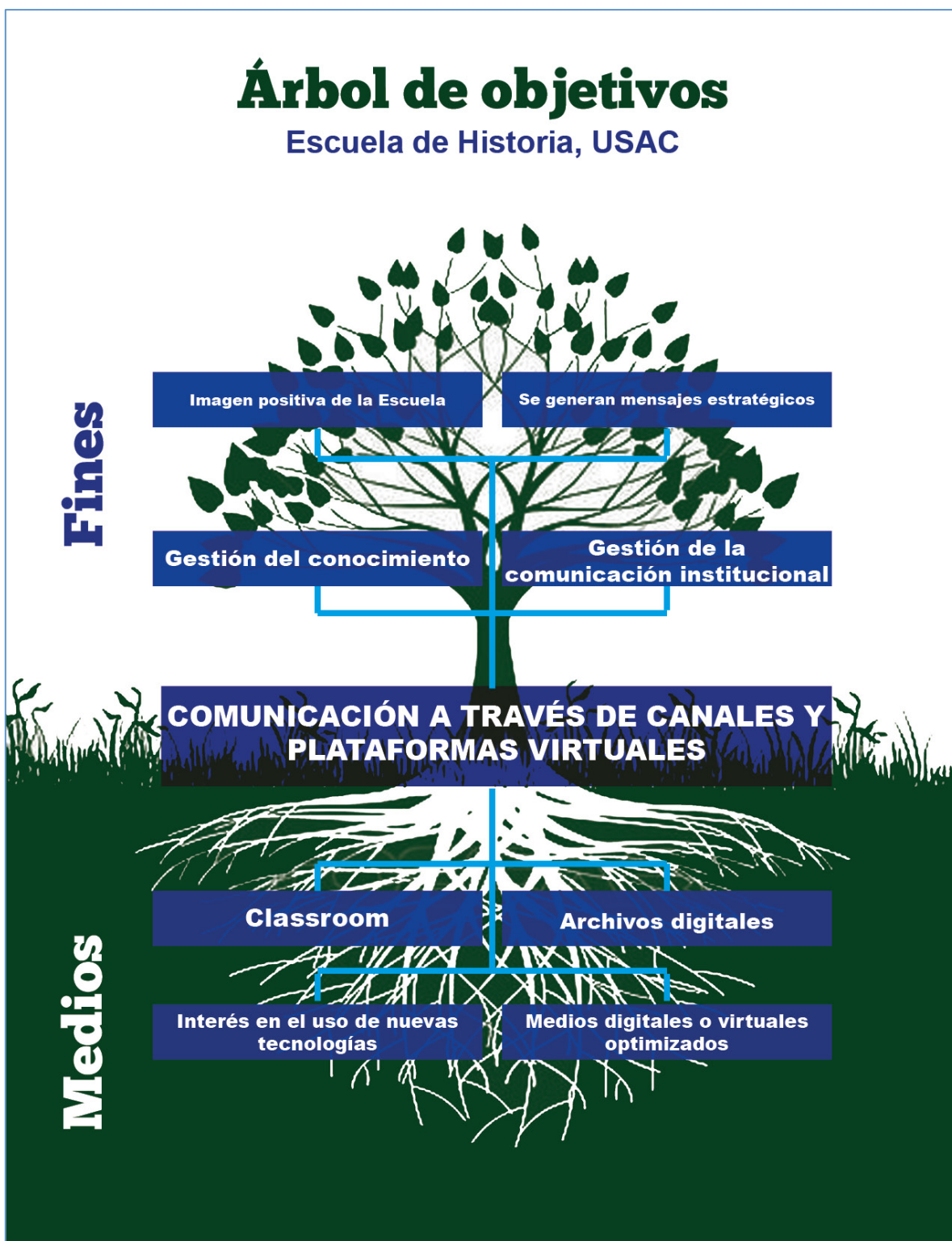
(Eliminar las debilidades y eludir las amenazas.)

- Proponer la creación de un departamento de comunicación y como segunda opción la creación de un puesto laboral para un profesional de la comunicación.

4.4. Árbol de problema



4.5. Árbol de objetivos



4.6. Factores influyentes directos e indirectos

Factores directos

La Escuela de Historia no cuenta con departamento, oficina o persona encargada de la comunicación social, siendo este el factor principal de las debilidades con las que cuenta esta unidad académica. Si bien cuenta con página web y perfil de Facebook; en el caso de la página web se utiliza como un primer acercamiento para los estudiantes que deseen ingresar por primera vez a esta unidad académica, cuenta con información de cada carrera y una breve reseña histórica de la Escuela; por medio de la fan page en Facebook se mantiene informada a la comunidad estudiantil sobre las actividades y fechas para realizar trámites administrativos y todo lo relacionado al quehacer académico de la Escuela de Historia.

Para la comunicación interna se realizan reuniones, y se mantiene comunicación vía correo electrónico y a través de grupos de Facebook, así como en grupos informales en WhatsApp. Los coordinadores de carreras o jornada como el caso del Plan Sabatino, son los encargados de mantener informados a sus respectivos estudiantes, para lo cual utilizan el correo electrónico y grupos en redes sociales..

Factores indirectos

Se depende del presupuesto asignado para la Escuela de Historia, en mayor porcentaje se utiliza para salarios del personal académico y administrativo, así como el funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones. Por el momento no existen recursos económicos para la comunicación; esto perjudica de manera indirecta en la imagen positiva externa al no contar con estrategias de comunicación que tengan como fin posicionar positivamente a la Escuela de Historia en la mente de la comunidad estudiantil y población en general.

4.7. Acciones prioritarias en comunicación virtual

- Gestionar la imagen de la Escuela de Historia en entornos virtuales
- Optimizar el uso de los medios y plataformas virtuales.

- Brindar mayor información sobre avances, logros y actividades desarrolladas por la Escuela de Historia como estrategia para mejorar la imagen de la Escuela.
- Fomentar y posicionar el pensamiento crítico entre la comunidad estudiantil.
- Contratar una persona que pueda apoyar en temas de comunicación social y manejo de redes sociales.

4.8. Propuesta y solución

- Proponer el diseño unificado de la imagen institucional en todos los medios de comunicación virtual de la Escuela de Historia, para que las estudiantes y población en general empiecen a conocer e identificarse con la institución.
- Desarrollar productos virtuales de inducción para estudiantes de primer ingreso en la Jornada Sabatina, dando a conocer los medios de comunicación virtual utilizados por la Escuela de Historia, así como la difusión de la misión, visión, valores y filosofía, identificando objetivos en común con la comunidad estudiantil. Generar contenido en cada red social para promover y desarrollar el pensamiento crítico, para abrir espacios de discusión sobre la realidad nacional y los procesos históricos de nuestro país.
- Desarrollar material digital con información sobre la Escuela de Historia y las distintas carreras y jornadas que se ofrecen en la Escuela de Historia; material valioso para futuros estudiantes que estén intentando ingresar a esta unidad académica y en la USAC.

Capítulo 5. Estrategia de comunicación virtual

5.1 Justificación

El diagnóstico de comunicación virtual desarrollado en la Jornada Sabatina de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala aportó información muy importante sobre el proceso de comunicación institucional que la Escuela practica para con su público objetivo, que lo conforman estudiantes de las carreras de la Licenciatura en Historia, Profesorado en Enseñanza Media y la Licenciatura Enseñanza de la Historia y público en general. A través de este diagnóstico se pudo comprobar que más del 50% de los encuestados conocen o saben poco sobre las actividades que realiza la Escuela, otro dato importante es que más del 40% de los encuestados consideran que la comunicación institucional puede mejorar.

Es de vital importancia que la Escuela de Historia mantenga comunicación con su público objetivo a través de los medios de comunicación virtuales; el diagnóstico de comunicación mostró que el 90% de los mismos poseen cuenta en Facebook; el 83% utilizan y confían en el correo electrónico para recibir información relacionada a la Escuela; el 53% utiliza Youtube con fines educativos; el 83% cuenta con WhatsApp en sus dispositivos móviles; el 38% utilizan Instagram; y el 27% de los encuestados utilizan la red social Twitter.

La gestión de la comunicación institucional de la Escuela de Historia y de su comunicación en el sentido de que, desea siempre proyectarse hacia su respectiva comunidad estudiantil; tiene como fin primordial la identificación, diferenciación y preferencia de esta sobre otras unidades académicas con la finalidad de posicionarse y promover el sentido de pertenencia entre sus estudiantes, primordialmente con los de primer ingreso de la jornada sabatina. Debido a la necesidad con la que cuenta esta unidad académica de conectar con los estudiantes que llegan por primera vez al inicio de cada año; justo por esta razón la comunicación institucional adquiere una importancia fundamental. Razones que sustentan la propuesta de estas guías de inducción en medios y plataformas virtuales.

5.2 Objetivos de la Estrategia

5.2.1 Objetivo general

Generar una estrategia de comunicación que permita a la Escuela de Historia, jornada sabatina mantener presencia en medios y plataformas virtuales.

5.2.2 Objetivos específicos

- a) Desarrollar una guía de inducción para facilitar el proceso de integración académica en los estudiantes de primer ingreso.
- b) Desarrollar una guía rápida sobre el acceso y uso de plataformas Elearning para docentes que permita mejorar el proceso de enseñanza de la Historia.
- c) Desarrollar una guía rápida sobre el acceso y uso de plataformas Elearning para estudiantes que permita mejorar el proceso de aprendizaje de la Historia.

5.3 Estrategia de comunicación virtual

5.3.1 Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso

Una de las debilidades con las que cuenta la Escuela de Historia es que no está aprovechando los beneficios y alcance que tienen los medios y canales virtuales. Las mismas proporcionan interacción y permitirán posicionar una imagen positiva de la Escuela dentro de la comunidad estudiantil y sociedad en general; de esta cuenta se fundamenta la primera acción de esta estrategia, que consiste en el diseño de la **“Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso”**.

Los estudiantes encuestados pertenecientes a la Escuela de Historia, jornada sabatina utilizan en la actualidad tres redes sociales como mínimo para informarse sobre la Escuela de Historia; Facebook es la red social de preferencia en la comunidad estudiantil, seguido WhatsApp, Youtube e Instagram. El correo es el favorito para recibir información relacionada a la carrera que estudian, considerándola más directa y efectiva.

La **“Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso”** se enmarca en las *“estrategias de marketing de contenido”*, las mismas se fundamenta sobre la idea que al proporcionar contenido relevante y de valor añadido, nos posicionamos en la mente del grupo objetivo de manera positiva.

Valero (2016) menciona que es en el proceso de inducción que a los estudiantes se les permite familiarizarlos con la vida universitaria; incluyendo acciones de bienvenida a la Universidad, presentando a los estudiantes el contexto institucional (filosofía y valores institucionales).

Esta Guía de inducción se sustenta en el diagnóstico de comunicación virtual que reveló datos como que, más del 50% de los estudiantes conocen muy poco de las actividades que realiza la Escuela de Historia; que la página web: <http://escuelahistoria.usac.edu.gt/> no es una fuente de información actualizada para la mayoría de estudiantes.

Esta estrategia de comunicación virtual tiene como objetivo principal contribuir a la integración del estudiante de primer ingreso a la vida universitaria, específicamente a la Escuela de Historia y su Jornada Sabatina, brindando información de interés para su adaptación a esta unidad académica a través de canales y medios de comunicación virtual.

El alcance de la **“Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso”** deberá ser implementada en coordinación con las actividades de la Jornada Sabatina y dentro de su marco temporal según avance del primer semestre del año. Su alcance estará definido en términos de los avances del programa ya que se alimentará de sus acciones y resultados.

5.3.2 Classroom y la sociedad del conocimiento

Marín, Moreno y Negrete (2012) mencionan que la sociedad del conocimiento requiere nuevas formas de entender, ordenar y emprender los procesos de aprendizaje que se realizan en las instituciones educativas. Que la educación superior debe comprometerse con esta necesidad de cambio que se origina, fundamentalmente, por el desarrollo y perfeccionamiento de las TIC, así como por la necesidad de comprender e incorporar el potencial educativo de estas tecnologías.

Y en este sentido, se propone la implementación de la plataforma E-learning “Classroom”. Y es que el auge y uso de las plataformas E-learning provoca cambios en el proceso enseñanza - aprendizaje. El acceso a las plataformas educativas mediante dispositivos móviles garantiza la participación desde cualquier lugar y, cuantos más estudiantes y docentes las utilicen, más se multiplican sus utilidades. Constituyendo así, una excelente plataforma para la mejora y la innovación educativa universitaria. En el ámbito académico, se experimenta un alto nivel de conectividad, así como la gestión de la información y el conocimiento, todo ello favorece al avance hacia formas de inteligencia colectiva que están cambiando a las organizaciones e instituciones dedicadas a la difusión del conocimiento.

Finalmente, estas guías no pretenden ser exhaustivas de la posibilidad que tiene Google Classroom, sin embargo representa un comienzo para que la institución aproveche los beneficios de esta plataforma virtual.

5.4 Grupo objetivo

- **Catedráticos de la jornada sabatina**

La Jornada sabatina cuenta un aproximado de 12 catedráticos profesionales en carreras relacionadas directamente con la Escuela de Historia.

- **Estudiantes de la jornada sabatina**

Correspondiente a la carrera de Licenciatura en Historia; Profesorado en Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales; así como de la Licenciatura en Enseñanza de la Historia.

Los estudiantes del Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales poseen un alto interés por obtener conocimientos sobre y la historia y las demás ciencias sociales, un aprecio especial por las actividades de enseñanza aprendizaje y por el trabajo con grupos numerosos de adolescentes jóvenes.

Los estudiantes de la Licenciatura en Historia muestran una dedicación al trabajo con documentos manuscritos de los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX, fuentes bibliográficas y hemerográficas, a la vez capacidad de lectura e interpretación, y un afán especial por la investigación, así como una gran sensibilidad y aprecio por la conservación y restauración por el patrimonio histórico, cultural y artístico de la nación como fuentes que son para la creación y difusión de la historia, a la vez un compromiso con la conservación y difusión de la memoria histórica.

Los estudiantes del Profesorado de Enseñanza Media en Historia y Ciencias Sociales aspiran a convertirse en docentes especializados en Historia y Ciencias Sociales para la enseñanza de esta disciplina del conocimiento humano en el Nivel de Educación Media del país, tanto estatal como privado.

5.5 Propuesta para intervención virtual

Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso

La Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso responde a la necesidad de impulsar y proyectar la imagen e identidad de la Escuela de Historia para con sus estudiantes de nuevo ingreso; el mismo está programado para compartirse durante el primer semestre de cada año en redes sociales. Esta Guía deberá contar con la aprobación del Consejo Directivo, así como la participación y apoyo del Coordinador de la Jornada Sabatina de la Escuela de Historia, ya que se pretende que los responsables de dichas carreras se involucren para hacer una breve presentación virtual del programa PAD y los cursos que se imparten en esta jornada académica.

Atendiendo a las necesidades educativas actuales, la guía de inducción para estudiantes de primer ingreso tiene como objetivo básico familiarizar al estudiante de manera eficaz, lo más pronto posible, a través de medios y canales virtuales que más utilizan como la página web institucional, la fan page oficial de Facebook, correos electrónicos institucionales y a través de los catedráticos; con todos aquellos aspectos del funcionamiento académico y administrativo de la escuela de Historia, jornada PAD que le permitan una rápida incorporación y adaptación a su nuevo entorno académico.

Es importante que el estudiante de primer ingreso obtenga y haga uso de información relevante para su carrera y formación académica, el estudiante deberá ser informado sobre los aspectos principales de su jornada y carrera de interés; procedimientos y trámites; características generales del programa de estudio -PAD-; ubicación de áreas académicas, administrativas y de servicios dentro de la Escuela; apoyos académicos y recursos electrónicos; dirección de la página web de la Escuela de Historia y demás información sobre esta unidad académica.

Guía Google Classroom para docentes y estudiantes

El uso de las plataformas E-learning ha provocado cambios en lo personal, social, laboral y lo que más interesa para esta estrategia de comunicación es como las plataformas virtuales han impactado sobre la esfera académica, estos espacios virtuales ofrecen un alto nivel de conectividad e inmediatez; pero sobre todo, como permiten y gestionan la información, así como el intercambio de ideas; todas estas ventajas virtuales favorecen el avance y fomento del conocimiento a distancia; avance que está cambiando la manera de ver a las instituciones educativas y la manera de crear comunidades virtuales en torno a ellas. La Escuela de Historia y su comunidad estudiantil, buscan integrarse a comunidades o grupos dedicados al conocimiento y de interés académico.

Las guías Google Classroom para docentes y estudiantes de la jornada sabatina de la Escuela de Historia establecen las pautas de uso e implementación de esta plataforma E-learning. Se trata de un documento dinámico que el/la docente y estudiantes tendrán que consultar siempre. La misma servirá de introducción sobre las distintas funciones y uso de la aplicación en la enseñanza-aprendizaje en la comunidad universitaria perteneciente a la Escuela de Historia.

5.6 Matriz de coherencia

Estrategia de comunicación virtual Escuela de Historia, USAC						
Objetivo general						
<p>Generar una estrategia de comunicación que permita a la Escuela de Historia, jornada sabatina mantener presencia en medios y canales virtuales.</p>						
Objetivos específicos						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar una guía de inducción para facilitar el proceso de integración académica en los estudiantes de primer ingreso. 2. Desarrollar una guía rápida sobre el acceso y uso de plataformas Elearning para docentes que permita mejorar el proceso de enseñanza de la Historia. 3. Desarrollar una guía rápida sobre el acceso y uso de plataformas Elearning para estudiantes que permita mejorar el proceso de aprendizaje de la Historia. 						
Problema o causa	Producto (acción)	Objetivo de la comunicación	Público objetivo	Tipo tono de mensaje	Difusión o modalidad	Costo
Falta de proyección de imagen e identidad institucional en los estudiantes de primer ingreso.	Guía de inducción para estudiantes de primer ingreso	Informar sobre las funciones generales de la Escuela de Historia.	Comunidad estudiantil de primer ingreso.	Tipo: informativo. Tono: formal	Virtual	Q0.00
No se aprovechan los medios de comunicación virtual.	Guía Google Classroom para docentes	Integrar la plataforma virtual Classroom como una herramienta de gestión de la enseñanza.	Docentes jornada Sabatina	Tipo: Inductivo, informativo. Tono: formal	VIRTUAL	Q0.00
	Guía Google Classroom para estudiantes	Integrar la plataforma virtual Classroom como una herramienta de gestión del aprendizaje.	Estudiantes jornada Sabatina	Tipo: Inductivo, informativo. Tono: formal	VIRTUAL	Q1,800.00

Problema 1: Falta de proyección de imagen e identidad institucional en los estudiantes de primer ingreso.

Objetivo de comunicación	Informar sobre las funciones generales de la Escuela de Historia.
Producto	Guía de inducción para estudiantes de primer ingreso
Actividad / contenido	<p>Bienvenida, palabras del Licenciado Salvador Montúfar, Coordinador de la Jornada Sabatina.</p> <p>Quienes somos. Base legal.</p> <p>Misión, visión, objetivos académicos y funciones.</p> <p>Consejo Directivo.</p> <p>Organigrama.</p> <p>Breve reseña de la Escuela de Historia.</p> <p>Proceso de admisión.</p> <p>Perfil ingreso/egreso.</p> <p>Carreras y pensum.</p> <p>Procesos administrativos y oficinas de atención.</p> <p>Recursos académicos.</p> <p>Áreas de coordinación.</p> <p>Recursos virtuales / pagina web y perfil redes sociales.</p> <p>Créditos.</p>
Público objetivo	Estudiantes de primer ingreso
Mensaje clave	Bienvenidos a la Escuela de Historia, USAC
Difusión o modalidad	Digital
Frecuencia	Primer semestre de cada año.
Costo	Q0.00
Resultado esperado	Estudiantes informados sobre asuntos de identidad, administración, docencia de la Escuela de Historia

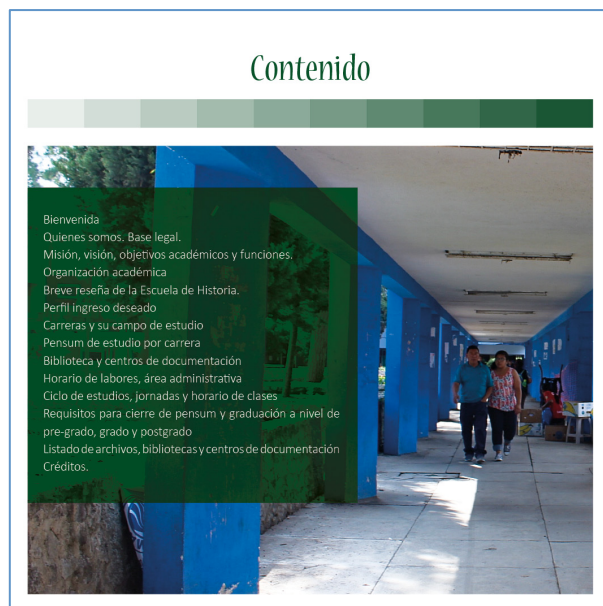
Problema 2: No se aprovechan los medios de comunicación virtual.

Objetivo de comunicación	Integrar la plataforma virtual Classroom como una herramienta de gestión de la enseñanza.
Producto	Guía Google Classroom para docentes
Actividad / contenido	¿Qué es Google Classroom? Ventajas de Classroom Entrar en Classroom Opciones de ingreso Crear la primera clase Invitar a los estudiantes a una clase Ambiente fácil de Classroom Publicar en el tablón de anuncios Trabajo de clase Adjuntar archivos Programas anuncios y tareas Opciones al adjuntar un documento Comentarios, correcciones y calificaciones Devolver un trabajo Notificaciones Archivar o eliminar una clase
Público objetivo	Docentes de la Jornada Sabatina
Mensaje clave	La Escuela de Historia incursiona en espacios virtuales
Difusión o modalidad	Digital
Frecuencia	Primer semestre de cada año.
Costo	Q0.00
Resultado esperado	Identificación de la comunidad estudiantil para con la Escuela de Historia de forma positiva.

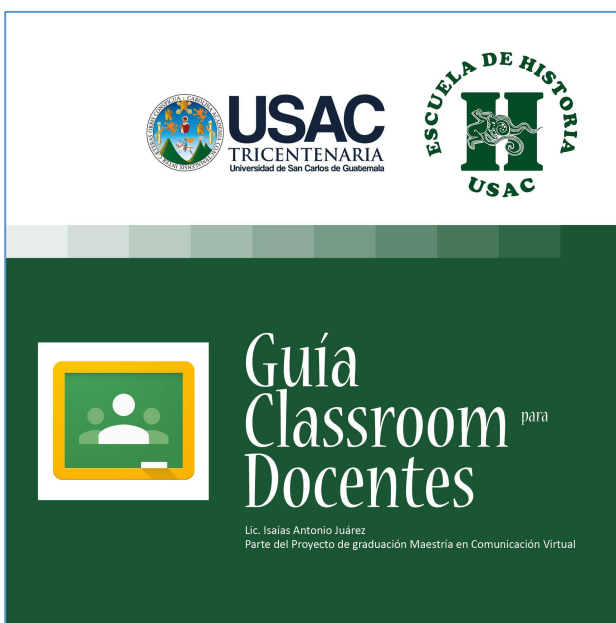
Problema 2: No se aprovechan los medios de comunicación virtual.	
Objetivo de comunicación	Integrar la plataforma virtual Classroom como una herramienta de gestión del aprendizaje.
Producto	Guía Google Classroom para estudiantes
Actividad / contenido	¿Qué es Google Classroom? Entrar en Classroom Opciones de ingreso Apuntarse a una clase Ambiente fácil de Classroom Tareas Notificaciones Puntuación de las tareas
Público objetivo	Estudiantes de primer ingreso
Mensaje clave	La Escuela de Historia incursiona en espacios virtuales
Difusión o modalidad	Digital
Frecuencia	Primer semestre de cada año.
Costo	Q0.00
Resultado esperado	Identificación de la comunidad estudiantil para con la Escuela de Historia de forma positiva.

5.8 Productos desarrollados para Escuela de Historia, jornada sabatina

5.8.1 Guía estudiantil, Escuela de Historia -PAD-




5.8.2 Guía Classroom para docentes



Índice

Presentación	3
¿Qué es Google Classroom?	4
Ventajas de Classroom	5
Entrar en Classroom	6
Opciones de ingreso	7
Crear la primera clase	8
Invitar a los estudiantes a una clase	10
Ambiente fácil de Classroom	11
Publicar en el tablón de anuncios	12
Trabajo de clase	13
Adjuntar archivos	16
Programas anuncios y tareas	17
Opciones al adjuntar un documento	18
Comentarios, correcciones y calificaciones	19
Devolver un trabajo	21
Notificaciones	22
Archivar o eliminar una clase	23


Ventajas de Classroom



- Facilidad para crear clases, añadir o invitar a los estudiantes a través de un código de clase.
- Ahorro de tiempo para asignar, revisar y corregir trabajos y ahorro de papel.
- Mejora la organización de los alumnos que pueden ver contenidos y tareas de todas las asignaturas en una sola página y sus trabajos se guardan ordenadamente carpetas de Google Drive.
- Facilita la comunicación en el aula, entre el la/el docente y sus estudiantes para transmitir noticias, debates,... y entre los alumnos facilita el trabajo colaborativo.
- Gratuita y segura como el resto de apps de Google, Classroom, es un servicio gratuito y libre que no es utilizada para otro fin que la enseñanza-aprendizaje y por lo tanto, los datos de los estudiantes y los contenidos de las clases son privados y no contienen publicidad.

5

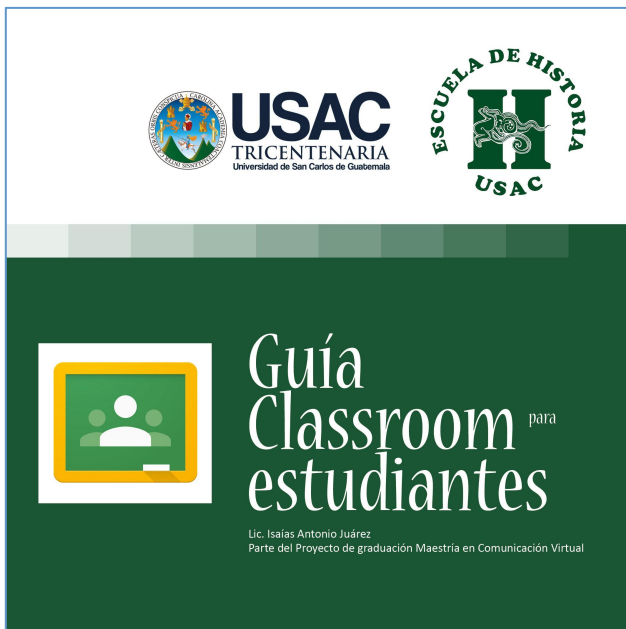
Ventajas de Classroom



- Facilidad para crear clases, añadir o invitar a los estudiantes a través de un código de clase.
- Ahorro de tiempo para asignar, revisar y corregir trabajos y ahorro de papel.
- Mejora la organización de los alumnos que pueden ver contenidos y tareas de todas las asignaturas en una sola página y sus trabajos se guardan ordenadamente carpetas de Google Drive.
- Facilita la comunicación en el aula, entre el la/el docente y sus estudiantes para transmitir noticias, debates,... y entre los alumnos facilita el trabajo colaborativo.
- Gratuita y segura como el resto de apps de Google, Classroom, es un servicio gratuito y libre que no es utilizada para otro fin que la enseñanza-aprendizaje y por lo tanto, los datos de los estudiantes y los contenidos de las clases son privados y no contienen publicidad.

5

5.8.3 Guía Classroom para estudiantes



Índice

Presentación	3
¿Qué es Google Classroom?	4
Entrar en Classroom	5
Opciones de ingreso	6
Apuntarse a una clase.....	7
Ambiente fácil de Classroom.....	8
Tareas	10
Notificaciones	14
Puntuación de las tareas.....	15

Entrar en Classroom

Abrir el navegador web, y en la barra de buscador introduce la dirección:

← → ↻ 🏠

Desplegará la siguiente ventana:

Iniciar sesión
Utiliza tu cuenta de Google

¿Has olvidado tu correo electrónico?

¿No es tu ordenador? Usa el modo invitado para iniciar sesión de forma privada. Más información

Crear cuenta
Siguiente

Español (España) Ayuda Privacidad Términos

5

¿Qué es Classroom?

Con esta app, tanto catedráticos y alumnos pueden acceder a través de cualquier computadora o dispositivo móvil a los tareas de la clase, los materiales del curso y los comentarios.

Además de la aplicación para ordenador, existe una app de Google Classroom para el móvil o tablet. Esta app, la podemos descargar desde Google Play o la App Store para Android y IOS respectivamente.

Para utilizar Classroom, lo único que necesita el estudiante es una cuenta de Google. Para entrar en Google Classroom, no necesitamos descargar nada, ya que es una aplicación completamente online. Lo primero que tenemos que hacer es iniciar sesión en la cuenta de Google. Después de iniciar sesión, puedes acceder directamente a Classroom a través de la dirección <https://classroom.google.com>.

Classroom ayuda a profesores y alumnos a organizar deberes, aumentar la colaboración y fomentar una mejor comunicación.

Google Classroom es el aula virtual perteneciente al paquete de herramientas "G Suite for Education" que son apps gratis de Google que incluye Google Docs, Gmail y Google Calendar, diseñadas para permitir que los educadores y los alumnos innoven y aprendan juntos.

Classroom ayuda a profesores y alumnos a organizar deberes, aumentar la colaboración y fomentar una mejor comunicación.

Cuando accedemos por primera vez, tendremos que seleccionar si vamos a utilizarlo como "alumno" para acceder a clases ya creadas, y NO como "profesor" que es un rol específicamente para catedráticos quienes son los encargados de crear clases, invitar a los alumnos proporcionando el código de la clase (veremos esto más adelante) subir materiales, evaluar tareas, etc.

También es posible buscar la aplicación en el menú de aplicaciones de Google.

6

5.9 Validación de productos:

Validación Guía estudiantil

La validación de la Guía estudiantil, contará con una la revisión de nuestro asesor de Maestría; será revisada también por el Asesor pedagógico de la Unidad de Tecnología, Información y Comunicación Lic. Luis Magdiel Oliva Córdova; posterior será revisada punto por punto por el Licenciado Salvador Montúfar, Coordinador de la jornada Sabatina, posteriormente será presentada ante el Consejo Directivo de la Escuela de Historia. La guía de validación puede consultarse en el anexo del presente informe.

Validación Guía Classroom para docentes y estudiantes

La validación de la Guía Classroom para docentes, contará con una la revisión de nuestro asesor de Maestría; será revisada también por el Asesor pedagógico de la Unidad de Tecnología, Información y Comunicación Lic. Luis Magdiel Oliva Córdova; posterior será revisada punto por punto por el Licenciado Salvador Montúfar, Coordinador de la jornada Sabatina, posteriormente será presentada ante el Consejo Directivo de la Escuela de Historia. Las guías de validación pueden consultarse en el anexo del presente informe.

5.10 Cronograma de actividades: pendiente

5.11 Informe y análisis de viabilidad de implementación

En el punto segundo, inciso 2.2 del acta No. 01-2019 de sesión ordinaria celebrada por el Consejo Directivo de la Escuela de Historia, el día lunes 14 de enero del 2019 en la que literalmente dice:

2.2. Se conoció la solicitud para realizar el trabajo de anteproyecto de graduación de postgrado en comunicación recibida el 28 de noviembre de 2018, presentado por el licenciado Isaías Antonio Juárez López denominada “Estrategia de comunicación virtual en la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

Como antecedente el Licenciado Juárez señala el diagnóstico de comunicación realizado en la jornada sabatina de la Escuela de Historia, la que arrojó información importante. Indica el Licenciado Juárez que es necesario realizar un plan de comunicación virtual que contribuya a corregir las deficiencias detectadas en la comunicación institucional con las y los estudiantes, con el objetivo de proyectar a la Escuela de Historia, el mismo tiene como objetivo proponer un programa de inducción para estudiantes de primer ingreso jornada sabatina y así orientarlos de mejor forma.

La reflexión del Consejo Directivo, se lee literalmente:

Se considera importante el aporte que pueda realizar el Licenciado Juárez para mejorar la comunicación virtual de la Escuela de Historia con sus estudiantes y el público en general.

Sin embargo, el Consejo Directivo considera de igual manera que el programa y cualquier material de inducción virtual es responsabilidad de las y los coordinadores de las carreras. De esta cuenta, los materiales y guías de inducción serán los coordinadores y docentes quienes tengan la oportunidad de compartirlas con las y los estudiantes respectivamente.

La gestión de la comunicación institucional de la Escuela de Historia y de su comunicación en el sentido de que, desea siempre proyectarse hacia su respectiva comunidad estudiantil; tiene como fin primordial la identificación, diferenciación y preferencia de la misma sobre otras unidades académicas con la finalidad de posicionarse y promover el sentido de pertenencia entre sus estudiantes, primordialmente con los de primer ingreso de la jornada sabatina. Debido a la necesidad con la que cuenta esta unidad académica de conectar con los estudiantes que llegan por primera vez al inicio de cada año; justo por esta razón la comunicación institucional adquiere una importancia fundamental. Razones que sustentan la propuesta de estas guías de inducción en medios de comunicación virtual.

Criterios de la validación

Diagnóstico institucional

El diagnóstico de comunicación virtual desarrollado en la Jornada Sabatina de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala aportó información muy importante sobre el proceso de comunicación institucional que la Escuela practica para con su público objetivo, que lo conforman estudiantes de las carreras de la Licenciatura en Historia, Profesorado en Enseñanza Media y la Licenciatura Enseñanza de la Historia y público en general. A través de este diagnóstico se pudo comprobar que más del 50% de los encuestados conocen o saben muy poco sobre las actividades que realiza la Escuela, otro dato importante es que más del 40% de los encuestados consideran que la comunicación institucional puede mejorar.

Productos propuestos están en función de una planificación estratégica

Una de las debilidades con las que cuenta la Escuela de Historia es que no está aprovechando los beneficios y alcance que tienen los medios y canales virtuales. Las mismas proporcionan interacción y permitirán posicionar una imagen positiva de la Escuela dentro de la comunidad estudiantil y sociedad en general; de esta cuenta se fundamenta la primera acción de esta estrategia, que consiste en el diseño de la **“Guía estudiantil para estudiantes de primer ingreso”**.

Marín, Moreno y Negrete (2012) mencionan que la sociedad del conocimiento requiere nuevas formas de entender, ordenar y emprender los procesos de aprendizaje que se realizan en las instituciones educativas. Que la educación superior debe comprometerse con esta necesidad de cambio que se origina, fundamentalmente, por el desarrollo y perfeccionamiento de las TIC, así como por la necesidad de comprender e incorporar el potencial educativo de estas tecnologías.

Y en este sentido, se propone la implementación de la plataforma E-learning **“Classroom”**.

5.12 Control y seguimiento

Debido en primer lugar, al proceso de presentación y autorización de parte del Consejo Directivo y segundo a lo avanzado del ciclo académico en este 2019, los resultados de la implementación de las guías podrán ser visibles y medibles hasta el segundo semestre del 2020. La comunicación con el licenciado Salvador Montúfar permitirá mantener un enlace de cooperación y comunicación sobre el proceso de implementación de las guías Google Classroom y Guía estudiantil respectivamente. Para verificar la eficacia de las guías se desarrollarán entrevistas de tipo personal con docentes de la Jornada Sabatina para obtener datos e impresiones del uso de las guías respectivamente

Conclusiones:

- Se determinó que los medios de comunicación virtual que predominan en la Escuela de Historia son la página web institucional, correo electrónico, y la fan page institucional en Facebook; los estudiantes por su parte, mantienen presencia en al menos tres redes sociales cada uno, Facebook en el favorito, seguido de WhatsApp, Youtube e Instagram.
- Se evidenció a través de la encuesta a los estudiantes, que la página web no es medio para recibir o encontrar información actualizada del acontecer académico en la Escuela de Historia, los estudiantes confían y buscan mantenerse informados a través de la fan page en Facebook, de hecho consideran muy efectiva la comunicación a través de esta y otras redes sociales. Por su parte la Escuela de Historia utiliza esta red social para compartir información de carácter administrativo y de interés estudiantil. Aunque la comunicación por esta vía no es tan frecuente, se puede observar que promueven el pensamiento crítico a través de foros y conversatorios en las que participan y organizan. El contenido en la fan page es en su mayoría es de tipo informativo. Su formato es de texto e imágenes.
- La información generada por la Escuela de Historia busca siempre mantener informada a la comunidad estudiantil, en ninguna de sus publicaciones se evidencia o promueven la figura de alguna de sus autoridades o líder de opinión. La Dra. Artemis Torres es la encargada de promover a la Escuela de Historia ante los medios de comunicación y población en general.
- Los estudiantes de la Jornada sabatina se identifican plenamente con la Escuela de Historia a través del pensamiento crítico, consideran que la Escuela de Historia promueve y desarrolla la capacidad en sus estudiantes, a fin de que, los mismos comprendan la realidad de nuestro país.
- La estrategia de comunicación virtual está orientada a promover e incentivar el uso de plataformas virtuales, ello responde a las necesidades actuales con las que la Escuela de Historia cuenta en materia de comunicación virtual, la era digital requiere de acciones y productos virtuales.
- La guía estudiantil servirá como su primer contacto para con la Escuela de Historia al mismo tiempo que inyecta en el imaginario estudiantil una visión positiva de la

comunicación institucional.

- Las guías estudiantiles y Guías Google Classroom para docentes y estudiantes tienen como finalidad facilitar la integración de los estudiantes a la Escuela de Historia.
- Mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje solo se logra si se facilita y promueve el uso de las guías Google Classroom para docentes y estudiantes; las mismas brindan una herramienta valiosa a los docentes y estudiantes para alcanzar este objetivo.

Recomendaciones

- La página web institucional juega un papel muy importante para la comunicación de la Escuela de Historia, siendo el primer contacto con sus estudiantes; la misma debe actualizarse constantemente. Las redes sociales como Facebook deben aprovecharse al máximo, dada la participación y presencia de la mayoría de sus estudiantes. Las plataformas E-learning como Classroom ofrecen una nueva forma de innovar el proceso enseñanza-aprendizaje; su alcance es masivo y de bajo costo.
- A través de las redes sociales se puede transmitir información de interés estudiantil, pero además sirven para crear y unificar comunidades virtuales de interés estudiantil, aldeas virtuales que se conecten y promuevan un sentido de pertenencia hacia la Escuela de Historia. Dada la presencia de la Escuela de Historia en medios virtuales se hace necesaria la figura de un Community Manager con la capacidad de crear mensajes e interacción con los estudiantes de esta unidad académica.
- Es importante que la Escuela de Historia promueva la participación de sus líderes en medios virtuales; líderes de opinión que tengan la capacidad de ejercer influencia sobre las actitudes o la conducta de los estudiantes; figuras como la Dra. Artemis Torres, actual Directora de la Escuela de Historia, así como del licenciado Salvador Montúfar, Coordinador de la Jornada Sabatina de esta unidad académica, y demás coordinadores de carreras y jornadas. Líderes que compartan y promuevan el pensamiento crítico.
- Es importante mantener el vínculo de comunicación entre la Escuela de Historia y la comunidad estudiantil, para consolidar y promover una imagen positiva de la Escuela, así como la participación activa de sus estudiantes en las diferentes actividades de la Escuela de Historia.

Bibliografía

Horacio Andrade. (2002). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. En La Comunicación (120).Netbiblo, S.L.

A. Lucas Marín, (2002) *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Editorial: S.A. BOSCH

Abratt, Russell. (1989). “A New Approach to the Corporate Image Management Process”. *Journal of Marketing Management*, 21 (1), 63-73.

Balmer, John. y E. Gray (2001). “Corporate Identity and Corporate Communications: Creating a Competitive Advantage”. *Corporate Communications: An International Journal*, 4 (4), 171-176.

De Federico De La Rúa, A. (2008). Análisis de redes sociales y trabajo social. *Portularia*, VIII(1), 9-21.

Delval, J. A. (Edit: 1977) *Investigaciones sobre lógica y psicología*. Madrid: Alianza

Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. 1991. *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW – Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. 60 p.

EcuRed (2018). *Cultura Corporativa*. EcuRed conocimiento con todos y para todos. Fecha de consulta: 6 de octubre 2018. Disponible en: https://www.ecured.cu/Cultura_corporativa

Escobar, José Luis (2016) *La Escuela de Historia de la Usac celebrará su 42 aniversario*. Prensa Libre, Guatemala, C.A. Fecha de consulta 21/09/2018. Disponible en: <https://www.prensalibre.com/revista-d/la-escuela-de-historia-de-la-usac-celebrara-su-42-aniversario>

ESCUELA DE HISTORIA. (2006) *MANUAL DE ORGANIZACIÓN*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Fecha de consulta 21/09/2018. Disponible en: <http://ddo.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2015/01/Manual-de-Organizaci%C3%B3n-Esc.-Historia.pdf>

ESCUELA DE HISTORIA (2008) *CATÁLOGO DE ESTUDIOS*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Fecha de consulta 21/09/2018. Disponible en: <https://www.usac.edu.gt/catalogo/historia.pdf>

- Fernández, C., & Galguera, L. (2009). *Teorías de la Comunicación*. D.F., México: McGraw-Hill.
- FRANCÉS, A. (2001). Estrategia para empresas de América Latina. ¿CIUDAD?: IESA.
- Hawn, R. (1 8). "Image vs. Identity". *Trends*, 14, 22-27.
- Lozares, Carlos (1996). *La Teoría de Redes Sociales*. Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Sociología. España. Fecha de consulta 17-07-2018. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/25386/58613>
- Margulies, W.P. (1 77). "Make the most of your Corporate Identity". *Harvard Business Review*, julio-agosto, 66-72.
- Markwick, N. y C. Fill (1 7). "Towards a Framework for Managing Corporate Identity". *European Journal of Marketing*, 31 (5/6), 3 6-40 .
- Neil, B. (2000). Crisis management and the Internet. *Ivey Business Journal*, 64(2), pp. 13-17.
- Página web institucional:** <http://escuelahistoria.usac.edu.gt/>
- Rivera M. (2007). *La comunicación organizacional y sus desafíos*. Madrid, España: Editorial Alianza.
- Valero Rojas, Iris Yolima, Juan Pablo Salazar Torres (2016). Abandono estudiantil en la universidad Simón Bolívar: Características y factores determinantes en la frontera Colombia Venezuela. Conferencia Latinoamericana sobre el abandono (CLABES), VI, Quito, Ecuador.
- Valdés Godínez, Juan Carlos (2013). Ciberespacio y ciber sociedad, su relación con las formas alternativas de socialización para la apropiación social de las TIC □s. Disponible en: http://www.ride.org.mx/docs/publicaciones/10/tecnologias_emergentes_educacion/J15.pdf Consultado el 16-07-2018.
- Van-Der Hofstadt, C. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación* España: Ediciones Días Santos, S.A.
- Villarini Jusino, Ángel R. (1987). *Principios para la integración del currículo*. San Juan, Puerto Rico: Departamento de Instrucción Pública.

Anexos

Encuesta a estudiantes sobre comunicación externa



Encuesta Diagnóstico Comunicacional en la Escuela de Historia, jornada sabatina



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

Identidad de Género: _____

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

- SI
- NO
- MUY POCO

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

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

3. ¿Cómo califica la comunicación institucional de la Escuela de Historia?

- MUY BUENA
- BUENA
- REGULAR
- MALA

4. ¿Cómo califica la comunicación entre docentes y estudiantes?

- MUY BUENA
- BUENA
- REGULAR
- MALA

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

- SI
- NO

6. ¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir contenido de interés para su carrera?

- Facebook
- Correo electrónico
- En: *escuelahistoria.usac.edu.gt*
- Twitter
- WhatsApp
- Periódicos
- Radio
- Televisión
- Afiches y mantas
- Folletos
- En ninguno

OTROS: _____

7. ¿Qué redes sociales utiliza actualmente?

- FACEBOOK
- YOUTUBE
- WHATSAPP
- INSTAGRAM
- GOOGLE+
- TWITTER

OTRAS: _____

8. ¿Qué significa para usted estudiar en la Escuela de Historia?

¡Muchas gracias!



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Virtual



Entrevista Licenciada Elma Gil

Asistente de Dirección

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

Tema: Imagen proyectada y comunicación interna.

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

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

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

¿Se ha trabajado alguna campaña publicitaria o algo parecido?

Todavía no.

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

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

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

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

No.

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

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

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

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

¿La página oficial quien la maneja?

La administra el encargado de laboratorio

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

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

¿Los coordinadores utilizan Facebook como un medio?

Si.

¿Considera que es un medio efectivo de comunicarse?

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

¿Tienen material impreso informativo?

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

¿Y cuando participan en INFOUSAC?

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



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Virtual



Entrevista Licenciado Salvador Montúfar

Coordinador jornada sabatina

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

Tema: Imagen proyectada y comunicación interna.

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

¿Qué medios de comunicación utiliza con sus estudiantes?

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

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

Todo lo realizo yo.

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

Sí, por supuesto.

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

Sería bueno si existiera porque nosotros lo que hacemos es muy largo a nivel académico para fortalecer nuestras carreras, pero encima de eso tenemos que ver cómo hacemos para

divulgar y en realidad y no es nuestra especialidad, y no es como contar con un especialista que sabe de esto, ¿cuáles son las estrategias? incluso por ejemplo lo más simple cuando empezamos a encontrarnos con coordinadores no podemos elaborar afiches, tenemos limitación en eso y a cada ratos andamos haciendo eventos, ahí es donde empiezan las dificultades.

¿Usted realiza actividades aparte de su curso?

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

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

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

¿Qué aspecto requiere más atención en este momento, en materia de comunicación?

Algunos docentes empezaron a utilizar la plataforma virtual Classroom, aunque de momento es por iniciativa propia; no contamos con material para este tipo de plataformas.

Instrumento de evaluación

GUÍA ESTUDIANTIL, Escuela de Historia USAC

Criterios de redacción			
Aspectos de redacción, ortografía y sintaxis			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
La guía presenta ideas claras, sin ambigüedades o redundancias.			
No contiene faltas de ortografía en sus contenidos			
La escritura está en función del estilo de la institución			
Las palabras en inglés están escritas con cursivas			
El escrito tiene una estructura en su escrita (orden) que permite comprenderlo con facilidad			
Los signos de puntuación son utilizados correctamente			
El lenguaje utilizado es claro, sencillo y de acuerdo con el público objetivo al que va dirigido			
Aspectos de diagramación			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
Los logotipos institucionales son utilizados de manera proporcional			
Los colores utilizados están en función de la línea gráfica de la institución			
La fuente utilizada es legible			
Las imágenes y gráficas contienen una resolución pertinente para el entorno virtual			
Aspectos del contenido para estudiantes de primer ingreso			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
Proporciona una bienvenida inicial			
Promueve la integración universitaria			
Ofrece una contextualización institucional			
Ofrece información sobre las distintas carreras y jornadas académicas			
Promueve la formación universitaria			
Se enmarca dentro de la filosofía institucional			
La guía explica los recursos educativos disponibles			
La guía cuenta con herramientas educativas			
Cuenta con directorio de las unidades pertenecientes a la Escuela			
Cuenta con organigrama institucional			
Explica el funcionamiento de la Escuela			
Explica los diferentes procesos administrativos			
¿El medio utilizado para difundir la Guía estudiantil es el adecuado?			Responder a este criterio en este espacio y argumentar

Instrumento de evaluación

Guía Classroom para ESTUDIANTES, Escuela de Historia USAC

Criterios de redacción			
Aspectos de redacción, ortografía y sintaxis			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
La guía presenta ideas claras, sin ambigüedades o redundancias.			
No contiene faltas de ortografía en sus contenidos			
La escritura está en función del estilo de la institución			
Las palabras en inglés están escritas con cursivas			
El escrito tiene una estructura en su escrita (orden) que permite comprenderlo con facilidad			
Los signos de puntuación son utilizados correctamente			
El lenguaje utilizado es claro, sencillo y de acuerdo con el público objetivo al que va dirigido			
Aspectos de diagramación			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
Los logotipos institucionales son utilizados de manera proporcional			
Los colores utilizados están en función de la línea gráfica de la institución			
La fuente utilizada es legible			
Las imágenes y gráficas contienen una resolución pertinente para el entorno virtual			
Aspectos de uso de la plataforma			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
la guía indica las utilidades de classroom; ventajas y desventajas			
Indica como crear una cuenta			
Indica como apuntarse a una clase			
Indica como entregar una tarea			
Todas las utilidades de classroom deben de aparecer			
El contenido está dirigido a estudiantes			
Da la impresión de ser una plataforma intuitiva			
Facilita el uso de la plataforma virtual			
Incentiva el uso de herramientas dentro de la plataforma			
Promueve el aprendizaje			
¿El medio utilizado para difundir la Guía Classroom es classroom y sus aplicaciones es adecuado?			Responder a este criterio en este espacio y argumentar

Instrumento de evaluación

Guía Classroom para DOCENTES, Escuela de Historia USAC

Criterios de redacción			
Aspectos de redacción, ortografía y sintaxis			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
La guía presenta ideas claras, sin ambigüedades o redundancias.			
No contiene faltas de ortografía en sus contenidos			
La escritura está en función del estilo de la institución			
Las palabras en inglés están escritas con cursivas			
El escrito tiene una estructura en su escrita (orden) que permite comprenderlo con facilidad			
Los signos de puntuación son utilizados correctamente			
El lenguaje utilizado es claro, sencillo y de acuerdo con el público objetivo al que va dirigido			
Aspectos de diagramación			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
Los logotipos institucionales son utilizados de manera proporcional			
Los colores utilizados están en función de la línea gráfica de la institución			
La fuente utilizada es legible			
Las imágenes y gráficas contienen una resolución pertinente para el entorno virtual			
Aspectos de uso de la plataforma			
Descripción	Óptimo	Mejorar	Observaciones
la guía indica las utilidades de classroom; ventajas y desventajas			
Indica como crear una cuenta			
Indica como programar una tarea			
Todas las utilidades de classroom deben de aparecer			
El contenido va dirigido a docentes			
La guía facilita la estadía virtual			
La guía promueve el aprendizaje virtual			
¿El medio utilizado para difundir la Guía Classroom es classroom y sus aplicaciones es adecuado?			Responder a este criterio en este espacio y argumentar



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



Guatemala, 01 de septiembre de 2018
Of. Postgrado 386-2018

Licenciada, Olga Pérez
Secretaria Académica
Escuela de Historia
Universidad de San Carlos de Guatemala



18:34
19.09.2018

Estimada Licda. Pérez:

Es un gusto saludarle y a la vez presentarle al Licenciado Isaías Antonio Juárez López, registro académico No. 201216798, estudiante de la Maestría en Comunicación Virtual de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El Lic. Antonio Juárez, solicita realizar su Anteproyecto y Proyecto de Graduación de la Maestría, en la Escuela, que usted dirige, el cual consiste en realizar un Diagnóstico de comunicación, para detectar los principales problemas que aquejan dentro del campo de la comunicación virtual en dicha institución, y con base a los resultados presentará una propuesta de Estrategia de Comunicación Virtual Interna y Externa, en la cual planteará acciones a tomar para superar la problemática detectada en el diagnóstico.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar la carta que avala la aceptación para que el Licenciado Juárez, desarrolle el Anteproyecto y Proyecto de Graduación en la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como su visto bueno al momento de finalizar cada uno de los productos que sean generados durante el desarrollo del diagnóstico y estrategia.

Cordialmente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

[Handwritten signature]



Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Depto. Estudios de Postgrado

c.c. archivo



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



Ref: ASD-EH-156/2018

Guatemala, 03 de Octubre 2018.

Maestro: Gustavo Moran

Director del Departamento de Estudios de Postgrado

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Maestro Moran:

Por este medio me dirijo a usted para informarle que se avala la aceptación para que el Licenciado Isaías Antonio Juárez Lòpez, desarrolle el Anteproyecto y Proyecto de Graduación de la Maestría en Comunicación Virtual en esta unidad académica.

Para la Escuela de Historia es muy importante contar con los conocimientos del Licenciado Juárez para mejorar nuestra atención virtual a los docentes y estudiantes.

Agradeciendo de antemano su amable atención a la presente me suscribo de usted.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dra. Artemis Torres Valezuela
Directora-Escuela de Historia





Guatemala, 23 de septiembre 2019

Maestro
Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director
Departamento de Estudios de Posgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria
Presente

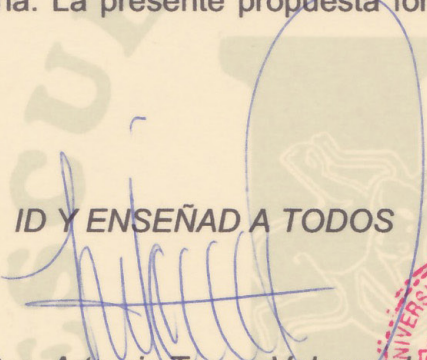
Estimado Mtro. Morán:

Le saludo cordialmente, a la vez, se hace de su conocimiento que **se ha recibido satisfactoriamente la Estrategia de Comunicación Virtual** realizada en nuestra unidad académica por el Licenciado **Isaías Antonio Juárez López**, estudiante de la *Maestría en Comunicación Virtual*, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, proceso que se autorizó con fecha 03 de octubre del año 2018.

Para la Escuela de Historia es importante la asesoría y productos generados en materia de comunicación, mismos que serán implementados en el próximo ciclo académico, jornada sabatina. La presente propuesta fortalece nuestros procesos de comunicación virtual.

Sin otro particular,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Dra. Artemis Torres Valenzuela
Directora Escuela de Historia



Cc. Archivo.