UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE

-CUNSUROC-

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO DE GRADUACIÓN

"FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, PARA EL CANAL "REGIÓN MÁS" DE COATEPEQUE, QUETZALTENANGO".

POR

Rosa Elisa Pérez Escobar

Carné 200941567

Revisor:

Lcda. M.A. María del Carmen Alvarado

Previo a optar el título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

GUATEMALA MAYO 2017.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE

-CUNSUROC-

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LAS AUTORIDADES ADMINISTRATIVAS Y ACADÉMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

POR:

ROSA ELISA PÉREZ ESCOBAR

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA MAYO 2017.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo — Rector

Dr. Carlos Enrique Camey Rodas — Secretario General

MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE

Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano — Director

REPRESENTANTES DE PROFESORES

MSc. José Norberto Thomas Villatoro — Secretario

Dra. Mirna Nineth Hernández Palma — Vocal

REPRESENTANTE GRADUADO DEL CUNSUROC

Lic. Ángel Estuardo López Mejía — Vocal

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Lcda. Elisa Raquel Martínez González — Vocal

Br. Irrael Esduardo Arriaza Jerez — Vocal

COORDINACIÓN ACADÉMICA

MSc. Bernardino Alfonso Hernández Escobar
Coordinador Académico

MSc. Alvaro Estuardo Gutiérrez Gamboa
Coordinador Carrera Licenciatura en Administración de Empresas

Lic. Luis Carlos Muñoz López
Coordinador Carrera de Licenciatura en Trabajo Social

MSc. Nery Edgar Saquimux Canastuj
Coordinador de las Carreras de Pedagogía

Ph. D. Marco Antonio del Cid Flores
Coordinador Carrera Ingeniería en Alimentos

MSc. Jorge Rubén Sosof Vásquez
Coordinador Carrera Ingeniería Agronomía Tropical

Inga. Agra. Iris Yvonnee Cárdenas Sagastume
Coordinadors Carrera Ingeniería en Gestión Ambiental Local

MSc. Tania María Cabrera Ovalle
Coordinadora Carrera de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales
Abogado y Notario

Lic. José Felipe Martínez Domínguez
Coordinador de Área

CARRERAS PLAN FIN DE SEMANA

MSc. Tania Elvira Marroquín Vásquez
Coordinadora de las carreras de Pedagogía

MSc. Paola Marisol Rabanales
Coordinadora Carrera Periodista Profesional y
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios
Por haberme dado la vida, y demostrarme que todos tenemos una razón para seguir viviendo y luchando por ser felices.

A mi esposo y mi hijo
Por ser la familia que siempre quise tener. Gracias por el amor y la paciencia para realizar este proyecto.

A mi madre
Sandra Leonor Escobar Díaz por hacerme la mujer que soy y brindarme la sabiduría para elegir de mi vida lo que quise estudiar. Gracias por ver en mí el talento para esta carrera y demostrarme que no debo abandonar los sueños al primer tropiezo. Gracias por el apoyo en este proyecto.

A mi padre.
Gerardo de Jesús Pérez Orozco por ser el más amoroso del mundo. Gracias por confiar en mí.

A mis hermanos
Por su amor y apoyo en todos los proyectos que he realizado, mil gracias por demostrarme su apoyo cada momento.

A mis abuelos
Estoy segura que los cuatro me cuidan desde el cielo y me bendijeron para realizar este proyecto.

A mis amigos y amigas
Mil gracias por el apoyo en distintas etapas de mi vida, gracias por quererme y aceptarme como soy.

A mis docentes
Gracias por su tiempo y dedicación cada sábado. Gracias a quienes viajaron desde la capital y aún lo hacen.

Al personal de Región Más Coatepeque
Por brindarme la oportunidad de realizar el proyecto y apoyarme en la realización del mismo.

A mis amigos
En especial Natali Barrios, Gustavo Alberto (pana), Rodrigo Méndez, Luis Villagrán.Gracias por acompañarme en los cinco años de universidad y seguirlo haciendo en la vida. Deseo que todos puedan lograr sus metas.

A mis asesores
Gracias por el tiempo que me brindaron y así poder realizar mi proyecto.

Índice General

Introducción 1

1. Diagnóstico 3

1.1 Objetivos 3

1.1.1 Objetivo general 3

1.1.2 Objetivos específicos 3

1.2 Metodología 4

2. Informe 6

2.1 Objetivos 6

2.1.1 Objetivo general 6

2.1.2 Objetivos específicos 6

2.2 Descripción general de la unidad de práctica 6

2.3 Informe de la o las estrategias comunicacionales relevantes 8

2.3.1 Definición del problema 12

2.3.2 Justificación 13

2.3.3 Materiales y métodos 14

2.3.4 Presentación y discusión de resultados 15

3. Conclusiones 17

4. Recomendaciones 19

5. Referencias Bibliográficas ..... **¡Error! Marcador no definido.**

6. E-grafía ..... **¡Error! Marcador no definido.**

7. Anexos 23

Índice de figuras

Figura 1. Logo Noticiero Primera Línea 49
Figura 2. Logo Programa Musical en directo “En Rola TV” (Imagen anterior).. 49
Figura 3. Programa Deportivo “Fútbol y Más” 49
Figura 4. Puerta de grabación. 49
Figura 5. Puerta de edición. 50
Figura 6. Puerta de la dirección del canal. 50
Figura 7. Ventana de la dirección del canal. 51
Figura 8. Puerta principal del canal 7 de “Región Más”. 52
Figura 9. Logotipo nuevo 52
Figura 10. Logotipo y eslogan. 52
Figura 11. Diseño de banner tipo araña. 53
Figura 12. Banner publicitario colocado en el Centro Comercial La Trinidad. 53
Figura 13. Pasa calle. 54
Figura 14 Pasa calle. 54
Figura 15. Pasa Calle 55
Figura 16. Pasa Calle 55
Figura 17. Set de televisión. 56
Figura 18. El conductor del programa Carlos Rafael Morales en la transmisión del primer programa. 56
Figura 19. El conductor del programa Carlos Rafael Morales en la transmisión del primer programa. 56
Figura 20. Cantante invitado al Primer Programa 57
Figura 21. El equipo de trabajo para la transmisión del programa. 58
Figura 22. Sesión de fotos realizada a la presentadora del programa Perspectiva.. 58
Figura 23. Transmisiones de los programas de “En Rola Tv”. 59
Figura 24. Trabajo con el editor del Canal Edgar Cifuentes. 59
Figura 25. Apoyo técnico con trabajadores del canal. 59
Figura 26. Apoyo en conducción del programa. 60
Figura 27. Apoyo en horas de práctica. 60

Figura 28. Entrevista a profundidad al editor Edgar Cifuentes..... 60
Figura 29. Entrevista a profundidad al director del canal Ángel Gómez. 61
Figura 30. Entrevista a profundidad al reportero Rene Monzón. 61

Índice de cuadros

Cuadro 1. Guion de la voz en off del promocional de lanzamiento. 62
Cuadro 2. Escaleta del primer programa de martes. 63
Cuadro 3. Escaleta de uno de los programas de viernes. 64
Cuadro 4. Carta de solitud para fan page. 65
Cuadro 5. Carta de rechazo para fan page y la colocación de la visión y misión. 66

Introducción

En el proceso de culminar la carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, y previo a recibir el título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación se solicita al estudiante que redacte un Trabajo de graduación, donde se detalle y explique el proceso que realizó durante su Ejercicio Profesional Supervisado, EPS.

El trabajo universitario se realizó en las instalaciones del canal de televisión “Región Más”, que se transmite en la ciudad de Coatepeque, por la señal de “Cable DX”. Para la ejecución de este proyecto se realizaron varias fases como; diagnóstico, propuesta comunicacional y ejecución de la misma. En este escrito se explican el objetivo general como los específicos del diagnóstico, informe y ejecución de proyecto.

El objetivo principal fue promover espacios de entretenimiento y así entrar en el gusto de la audiencia juvenil. Realizaron varias actividades que fueron ejecutadas y elaboradas junto al equipo de trabajo del canal de televisión, como la elaboración de la nueva temporada de “En Rola TV”, y otras que se explican en la fase final del proyecto.

El documento explica el proceso que se llevó a cabo las estrategias, y el porqué de enfocarse en la parte donde el canal necesitaba promover la programación juvenil.

En la primera parte del diagnóstico se profundizó en la forma en que trabaja la empresa y cómo difunde su programación para el televidente. Se recolectó información brindada por el personal que se tomó en cuenta, para ejecutar las estrategias. Igualmente, el documento señala con detalle el proceso del trabajo realizado. Uno de los factores principales fue analizar los problemas de comunicación interna y externa que se encontraron en la institución y a los cuales se les dio tratamiento y a otros una solución.

Durante el proceso se pudo comprobar que el canal tiene más cobertura en el área urbana del municipio, con más de siete mil quinientos usuarios que son los negocios y hogares a los cuales llega la señal de cable.

Los canales de televisión regionales tienen varias limitantes, como falta de equipo técnico así también requieren más personal para cumplir las exigencias del trabajo, por ello se buscó realizar un proyecto a largo plazo y no solo durante el proceso de EPS.

Por último, se explica las distintas ejecuciones que se realizaron en la empresa de televisión y se describe cada una de ellas, así como se explican los logros alcanzados del proyecto.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

1. Diagnóstico

Es la fase inicial del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, en donde a través de la observación y recolección de información se detectaron los problemas de comunicación interna y externa que estaban afectando el rendimiento comunicacional de la institución.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Conocer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del trabajo comunicacional, que realiza el personal del canal “Región Más” de Coatepeque, Quetzaltenango.

1.1.2 Objetivos específicos

- Detectar las deficiencias en la programación del Canal.

- Utilizar técnicas de recolección que permitan conocer los problemas comunicacionales.

- Plantear soluciones que permitan mejorar la calidad audiovisual del Canal “Región Más”.

1.2 Metodología

Para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, se realizó un diagnóstico en el cual se aplicaron técnicas como; la muestra, que consiste en un término estadístico que sirve para determinar algo, cuya respuesta debe ser semejante a las de la población que se estudia. “En el ámbito de la comunicación, una muestra se considera como un factor determinante en la investigación de gustos, expectativas y preferencias de los públicos”.[1]

En la fase de la investigación se aplicó el sondeo como técnica, basada en una encuesta, con preguntas metodológicas bien delimitadas, que se distribuyeron y aplicaron a un segmento (muestra) de la población (universo)[2].El objetivo fue obtener los gustos y opiniones de los usuarios de Cable DX.

Otra técnica aplicada fueron las entrevistas a profundidad. Según Raúl Rivadeneira en el libro Periodismo, utilizar ésta herramienta, permite obtener declaraciones objetivas y toda la información recolectada es una fuente que activa la producción de datos. Cada entrevista se realizó con camarógrafos, reporteros y director del Canal “Región Más”.

En la documentación se encontró la tesis realizada por la Lcda. Miriam Sandoval con el título “*Técnicas de persuasión utilizadas en el noticiero Primera Línea de la empresa Cable Dx de la ciudad de Coatepeque*”, realizada en 2008. Fue la primera investigación universitaria realizada para ese medio de comunicación (Sandoval, 2015).

En el tema de la imagen interna, se detectó que las áreas de trabajo tenían un bajo nivel de iconicidad que refiere a que no se encontraron señalizadas como; edición, set de grabación, bodega, entrada y otros. Para ello se rotuló con material de corte (material que se imprime en plotter). Ver imágenes Págs. 50, 51, 52.

En la ejecución del proyecto con el fin de darle solución a los problemas detectados. Se creó un nuevo logotipo para el programa juvenil En Rola Tv. La tipografía es Gotham

[1] Carlos Gonzales Alonzo, Principios básicos de la comunicación. Tercera edición, Trillas. Reimpresión 2012. Pág. 107.

[2] Carlos Gonzales Alonzo, Principios básicos de la comunicación. Tercera edición, Trillas. Reimpresión 2012. Pág. 109

representa lo innovador y fresco del programa. Se eligió la combinación rojo por su significado en la publicidad, algunos lo utilizan para provocar sentimientos de amor, amistad como también el deseo de hambre[3]. Este logotipo se utilizó, para provocar emoción y adrenalina en el televidente y se combinó con amarillo por representar calidez, alegría y felicidad. Por último, se utilizó en la tipografía blanco para rellenar el espacio y no saturar, por ello el objetivo de la imagen es crear un ambiente de fiesta y felicidad donde se viva una hora de momentos agradables y buena música.

Se lanzó, una campaña para la nueva temporada del programa juvenil “En Rola TV”, con artes impresos y spot televisivos. Según el teórico francés Roland Barthes, un método fácil para analizar el contenido de un mensaje debe ser qué incluya texto e imagen. La renovación de la nueva temporada se incluyó lo sugerido por la teoría de Barthes, creando así un mensaje para el emisor más sencillo de decodificar y recordar.

[3] http://www.camionetica.com/2009/06/28/significado-de-los-colores-en-el-diseno-de-logotipos/2/

2. Informe

Es la parte del trabajo de Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, que detalla la información encontrada, las observaciones y técnicas utilizadas. Así también la ejecución del proyecto, las conclusiones y recomendaciones que se dieron del mismo.

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna y externa para el canal “Región Más” de Coatepeque, Quetzaltenango.

2.1.2 Objetivos específicos

- Renovar la imagen y producción del programa En Rola Tv con una nueva temporada.
- Crear un set de televisión que se adapte al espacio físico del canal de televisión.
- Impulsar la nueva temporada con medios de publicidad.
- Promover un nuevo espacio de interacción juvenil.
- Mejorar la relación de la audiencia juvenil con el canal de televisión.
- Fomentar el talento de artistas del municipio, regionales y nacionales.
- Impulsar valores a los jóvenes.
- Impulsar el uso de redes sociales en el canal “Región Más”.
- Crear un proyecto que pueda ser factible a largo plazo y no solo durante la ejecución del EPS.
- Colocar la visión, misión en lugar visible dentro de las instalaciones del canal de televisión.
- Señalizar los departamentos del canal.

2.2 Descripción general de la unidad de práctica

“Región Más”, es un canal de televisión por cable que se transmite por la empresa de Cable DX, en Coatepeque. El canal tiene una programación noticiosa, juvenil y de

interés social. En horarios donde no hay programación creada por el canal, se visualizan películas, videos musicales y otros programas que son de tiempo pagado.

La empresa Cable DX, tiene canales en Quetzaltenango, Mazatenango, Totonicapán y Coatepeque. La práctica supervisada se realizó en el municipio de Coatepeque. En Coatepeque se ubica en 4ta. Avenida 10-36 zona 4, Barrio Colombita.

Su programación incluye en horario estelar el **Noticiero "Primera Línea":** Es un espacio informativo con duración de sesenta minutos. Presenta bloques con noticias locales y regionales. Los acontecimientos a los cuales les dan cobertura son: Sucesos, culturales y deportivos.

Programa Musical en directo "En Rola TV": Es un programa de complacencias musicales, en directo con duración de 60 minutos y se transmite martes y viernes.

Programa Deportivo "Fútbol y Más": Durante su transmisión en directo se mencionan los eventos deportivos locales y nacionales. Los presentadores realizan el análisis de las jugadas de partidos de futbol que se llevan a cabo en la liga nacional, segunda división, tercera división y ligas mayores.Se transmite lunes y viernes.

Actualmente agregaron a su programación la producción **"Perspectiva"**, que presenta entrevistas de perfil y de profundidad. Los invitados son artistas, gestores de la ciudad y empleados de empresas públicas. Se transmite, miércoles en directo a las 8:00 p.m.

El canal "Región Más", mantiene relación con las instituciones públicas y privadas que identifican como fuentes de información ya que las mismas les proporcionan datos y estadísticas que ayudan al desarrollo de las noticias para los diferentes programas de televisión.

2.3 Informe de la o las estrategias comunicacionales relevantes

La televisión en los últimos años utiliza la imagen y el sonido para difundir mensajes, en algunos casos positivos o negativos. Según el teórico Carl Hovland las personas cambian su conducta de acuerdo a los estímulos que reciben, creando condiciones como confiabilidad en el espectador. Por ello, es importante la responsabilidad de un medio de comunicación en cuanto a qué mensajes difundir y también cómo difundir los mismos. En busca de proyectar el canal televisión “Región Más”, cómo un canal de entretenimiento para el público joven y que proyecte un discurso atractivo, se aplicaron alternativas comunicacionales que difundieran mensajes educativos, modernos y que se ligaran a los gustos de los receptores.

Para lograr los objetivos ya señalados, anteriormente, se creó una campaña de expectativa y una de lanzamiento para la nueva temporada del programa “En Rola TV”..

Fue fundamental, delimitar el trabajo y enfocarse en la renovación de la imagen de un programa juvenil que según los resultados de las encuestas no tenía rating. Una de las razones fue que no existía una producción, uso de guion que entorpecía la difusión del mensaje y no era atractivo para los televidentes.

Toda institución ya sea pública o privada debe validar los mensajes que difunda para que estos obtengan un mejor resultado. Por ello, se realizó un diagnóstico que determinó las deficiencias en trabajo de producción, y los problemas técnicos que afronta un canal de televisión con bajo presupuesto. Al conocer las limitantes, se aplicaron alternativas que podían ser alcanzables.

Las estrategias consistieron en las siguientes acciones:

a. **Rotulación interna del canal:**

   Identificación de las oficinas del canal, para reforzar la imagen institucional. En base a la teoría de la retroalimentación,[4]se buscó crear en los empleados y visitantes una respuesta de identificación con la empresa o marca. *(Ver págs. 50, 51, 52).*

[4] Carlos Interiano, Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala. Pág. 53.

Se colocó la imagen del logotipo, como también el ícono de una televisión para hacer referencia al set de grabación. Se utilizaron elementos de semiología como la imagen y texto[5].

b. Creación de la imagen institucional de la nueva temporada de "En Rola Tv":

Para la creación del logotipo se utilizaron colores primarios como el amarillo y rojo. Estos dos, son colores cálidos y se utilizan en los diseños para reflejar pasión, felicidad, entusiasmo y energía[6]. El amarrillo por su parte es más brillante y energético. También, se utilizó el blanco que en el diseño es considerado como un fondo neutral que permite a los otros colores tener mayor participación. La tipografía es Gotham, representa lo innovador y fresco del programa.

Un slogan es una frase corta de no más de siete palabras que debe hablar del producto o marca y de lo que ofrece[7]. En la ejecución del proyecto se creó "Somos más música", qué representa el formato musical que ofrece el programa televisivo "En Rola TV". Se eligió la frase que siguiera con la imagen institucional de la empresa como por ejemplo: "Región Más", "Fútbol y más", "Noticiero Primera Línea", "Más información". Un slogan también debe cumplir con su promesa.*(Ver pág. 52).*

c. Campaña de expectativa para el lanzamiento de la nueva temporada de "En Rola TV":

En esta fase se lanzó un spot televisivo de trece segundos para generar en la audiencia la expectativa de lo que fue el lanzamiento de la nueva temporada.

Cómo otro medio publicitario se utilizó banners tipo araña en centros comerciales. *(Ver pág. 53).*

[5] Carlos Interiano, Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala. Pág. 39.
[6] www.staffcreativa.pe/blog/teria-del-color-disenadores/
[7] www.metodomarketing.com/slogan/

d. Diseño e implementación del set para “En Rola Tv”

Con la nueva temporada, se cambió el diseño del set.En la temporada anterior no había set del programa. Se utilizaron, paneles de metal, que miden 2.00 metros por 1.30. Se le colocaron cuatro mantas vinílicas siguiendo las tonalidades del nuevo logotipo de “En Rola Tv”, dos fueron rojos y dos amarillos. Cada uno resaltando el nuevo logo del programa.

A la imagen, se le agregó una base de metal para colocar una pantalla plasma donde se proyectó un video con el logotipo e imagen del programa.*(Ver pág. 56).*

e. Lanzamiento de la nueva temporada de “En Rola Tv”

Los resultados de la encuesta indicaron que, en su mayoría la población no identificaba un programa juvenil dentro de la programación del canal. Por ello, era necesario incrementar la audiencia joven del canal. A pesar de que el programa se transmitía en directo no generaba números en rating. Con la nueva temporada, se renovó el concepto, se cambió la producción y se presentó como un programa atractivo para marcas patrocinadoras.

Para el lanzamiento, se colocaron mantas vinílicas, tipo pasa calle, y banners tipo araña para difundir el mensaje en la población. Los artes utilizados tenían el diseño del logotipo y como base el amarillo y rojo, que son los colores utilizados para la nueva temporada. *(Ver págs. 54, 55, 56).*

En su temporada anterior no tenía set de televisión, tampoco pre producción en cada programa. Ahora se incluye una producción más moderna, con segmentos, y se utiliza un guion. Se crearon tres formatos distintos, para diferentes días de la semana. Además, se promovió la participación de artistas locales durante el programa.

Con respecto a la comunicación con el televidente, la forma de saber qué video quiere el televidente es por medio de un mensaje de texto al celular del conductor Carlos Morales, donde escriben su nombre, la zona o barrio donde ven el programa.

Las producciones para la entrada y salida del programa, se editó y se realizó un video que denota ambiente de fiesta, concierto de jóvenes apoyándose en la música electrónica como fondo. Lo que se buscó fue transmitir al público sentimientos de alegría, entusiasmo y un buen ambiente para escuchar y ver videos musicales por la televisión.

Los videos que se utilizaron, se editaron dándoles tonalidades que fueran apegadas a los colores del logotipo, como amarillo y rojo y de fondo la voz institucional. Además, se refuerza el mensaje colocando en texto lo que dice la voz del spot. A continuación, podrá leer la descripción de cada una de las producciones.

1. **Producciones para la salida y entrada de cada corte comercial**: En estas cortinas se mantiene el video principal de la fiesta que se ha utilizado en anteriores producciones y lo que se agregó fue la voz en off donde específica "Ya volvemos", "Estamos de vuelta", para indicarle al televidente que habrá una pausa del programa pero luego se continuará.*(Ver DVD carpeta producciones Salida y entrada).*

2. **Segmentos martes: Doble Play:** "Porque una no es ninguna, dos es mejor", el espacio es para ver dos videos seguidos del mismo artista, los cuales son solicitados por los televidentes, por mensajes de texto. *(Ver DVD carpeta producciones Doble Play. Entrada y salida del segmento).*

3. **Enrolados:** Es un espacio para los enamorados, donde el televidente puede dedicar un video a otra persona. *(Ver DVD carpeta producciones Enrolados*. *Entrada y salida del segmento)* **Trending Music**, lo más nuevo en música: Se presenta el video más nuevo en la red. *(Ver DVD carpeta producciones Trending Music*. *Entrada y salida del segmento).*

4. **Segmentos viernes: Top five:** En cada viernes, excepto el último del mes, se presentan los cinco mejores videos musicales de la semana. Los que han sido

más solicitados de la semana. *(Ver DVD carpeta producciones Trending Music*. *Entrada y salida del segmento)*

5. **Video de la semana:**El número uno de la lista.

6. **Top diez:** Se presentan los diez videos, más solicitados durante el mes. *(Ver DVD carpeta producciones Trending Music*. *Entrada y salida del segmento).*

7. **Videos complacencias:** Durante la transmisión del programa se colocan al aire los videos solicitados por la audiencia.

2.3.1 Definición del problema

Durante el trabajo que se realizó, se detectó el bajo nivel de producción en programas juveniles, la debilidad para generar contenido moderno, no se utiliza publicidad externa para generar más audiencia, la falta de identificación institucional, provocando entonces debilidades comunicacionales que afectan en el desarrollo del trabajo como medio de comunicación televisivo.

Se comprobó, el bajo rating del programa “En Rola TV”.Teniendo como premisa que un canal de televisión tiene como misión entretener, educar e informar, y al no tener un programa que pueda aportar un entretenimiento sano a la población juvenil no está cumpliendo con las partes mencionadas.

A continuación se indican las causas detectadas que provocan el problema:

- No se tiene rotulación interna de las oficinas.
- Falta de pre-producción, producción y post-producción de los programas.
- No existía ningún set para el desarrollo del programa juvenil.
- Falta de personal para el programa.
- No se utiliza publicidad en medios alternativos visuales; vallas, mupis y mantas vinílicas.

2.3.2 Justificación

Las ciencias de la comunicación tienen como misión llevar mensajes a la sociedad, que contribuyan con informar, comunicar y educar. Los reporteros, camarógrafos, presentadores, corresponsales que laboran para los medios de comunicación son los responsables de realizar un trabajo de investigación para presentar noticias verídicas y así mantener informada a la población.

Un objetivo de los medios de comunicación masivos es promover los momentos sanos, alegres y que aporten de forma positiva al televidente. El canal “Región Más”, es conocido en la región, ya que brinda información de diferentes municipios que colindan con el límite de Coatepeque, es un canal de prestigio que tiene más de 14 años al aire. Este medio, por su enfoque serio y noticioso no ha dado espacios alternativos a otro tipo de programación. Por ello, fue necesario crear un programa para público joven, a donde se pueda llegar con mensajes positivos y así promover espacios de entretenimiento sanos en la región.

Los resultados del diagnóstico indicaron que el programa “En Rola TV”, que se transmite en directo los martes y viernes por la tarde una hora, no es visto por la audiencia del canal. Con base, a estos resultados fue necesario crear una propuesta para una nueva temporada que sea atractiva para la población coatepecana. Se tienen factores en contra, como el espacio para crear un set y la falta de personal, para el proyecto se buscó crear una temporada que se adapte a las oportunidades del canal.

Es necesario, implementar los conocimientos teóricos necesarios y agregar una pre-producción y producción, ya que el programa se presenta en directo dos veces por semana y con ello se pretende renovar la imagen y generar más audiencia para el canal.

En el contexto interno, es necesario fortalecer la imagen interna institucional que se adapte a las instalaciones y que denote la experiencia y perfil que el canal demuestra de forma externa, por ello fue necesario rotular cada área.

En el trabajo externo, fue necesario proyectar tanto la imagen del canal como del proyecto que se realizó, en medios alternativos publicitarios.

Con base a todo lo mencionado, fue necesario realizar un proyecto que pueda estar de forma permanente y no solo mientras dure el EPS.

2.3.3 Materiales y métodos

Durante el tiempo que duró el diagnóstico, se utilizaron diferentes métodos de recolección para obtener información tanto de los empleados como usuarios del cable. Por medio de entrevistas a profundidad con el director, reportero, editor y camarógrafo se detectaron los puntos en los cuales se puede mejorar la programación como las deficiencias que sufren en el desempeño de su trabajo.

Otra técnica, indispensable es la observación, ya que permite ver como es el trabajo dentro de las oficinas y conocer cuáles son los aspectos que se pueden mejorar y que está dentro de las posibilidades de la ejecución del siguiente proyecto, ya que se pudieron encontrar problemas como la falta de equipo técnico, pero esos inconvenientes son propios de los recursos de la empresa y no del proyecto.

Materiales:

- ✓ Paneles para los set de televisión
- ✓ Mantas vinílicas que se colocaron en las calles
- ✓ Banners publicitarios en centros comerciales.
- ✓ Producciones audiovisuales como spot de expectativas y lanzamiento para el programa que se ejecutó
- ✓ Material de rotulación para identificación de las áreas de grabación, edición y grabación.

Se detectó:

- El canal ha mejorado su imagen institucional ya que se ha modernizado en el uso de programas como After Effects, Adobe

Premier Y Sony Vegas, ya que en los cintillos y spot se evidencia la nitidez y calidad de la imagen.

- A pesar de ser solo cinco personas que laboran para el canal, tratan de distribuirse el trabajo y llevar acabo las transmisiones de Fútbol y Más, Primera Línea, Perspectiva, En Rola TV, Reuniones de Consejo y partidos del Deportivo Coatepeque cuando son en casa.
- En el canal los reporteros son al mismo tiempo camarógrafos y cubren todas las fuentes de información, como; Salud, justicia, educación, deportes y otras. Esto, los hace versátiles, pero también dificulta el trabajo ya que deben estar en varios lugares al mismo tiempo cuando se cruzan varias actividades.
- El editor, maneja la imagen institucional del canal como la edición del resto de programas, pero dificulta el trabajo ya que su enemigo número uno, es el tiempo.
- Solo uno de los reporteros puede editar y eso coopera en el trabajo, pero si es avisado de un suceso debe cumplir su función más importante que es cubrir la noticia, entonces ahí se le acumula trabajo.
- El trabajo en el canal, es mentalmente cansando, ya que laboran desde las ocho de la mañana y muchas veces cuando hay demasiado trabajo no cumplen su hora de almuerzo y si hay transmisión en la noche laboran hasta las diez de la noche. Esto hace que el trabajador se agote mental y físicamente.
- En el noticiero el reportero tiene relación con su nota ya que debe redactar su voz en off y luego grabarla, y debe hacerlo rápido para no recargar trabajo al editor.
- La visión y misión del canal no es visible para los trabajadores ni quienes visitan los sets de televisión.
- Los departamentos no están identificados con ningún rótulo.

2.3.4 Presentación y discusión de resultados

a. Se ejecutó una campaña de expectativa y de una de lanzamiento para la nueva temporada del programa “En Rola Tv”, la difusión fue exitosa ya que se

realizó con publicidad externa con vallas publicitarias y banners tipo araña como también dentro de la programación del canal. Esto aumentó el rating del programa, teniendo más usuarios que estén solicitando complacencias y pauta publicitaria.

b. El programa en su nueva temporada, se transmite todos los martes y viernes en directo y tiene contenido preparado y establecido con anticipación. Se ha incluido la participación de artistas locales para difundir el talento. Así también, como se proyectan videos que han sido producidos en la localidad por artistas de la región. La producción, se sigue en cada programa por un guion y es dirigido por el director del canal.

c. Luego de producir y estar al aire la nueva temporada, el programa se mantiene con publicidad de empresas locales, como espacios para empresas nacionales.

d. El canal continúa aceptando estudiantes universitarios para colaborar con la producción del mismo. Para mantener un proyecto a largo plazo.

e. Se sugirió incrementar el personal y el presentador Carlos Rafael Morales de “En Rola Tv”, fue contratado por la empresa para darle trabajo de tiempo completo.

f. A pesar de que muchas de las sugerencias como crear un nuevo programa dirigido a la mujer, colocar la visión y la misión y crear más interacción en las redes sociales no fueron aceptadas por los directivos del canal. Se dejó plasmada la idea para que a mediano plazo pueda ser ejecutada por personal del canal.

g. Actualmente, el canal se encuentra produciendo nuevos programas como “Devoción y Fe” que se transmitirá los viernes de cuaresma y a finales de año presentarán el lanzamiento de un programa infantil”. Así mismo, seguirán mejorando la programación actual.

3. Conclusiones

1. Se fortaleció la comunicación interna y externa de la siguiente manera: se creó nueva producción juvenil, se identificaron las áreas del canal, se utilizaron medios publicitarios para dar a conocer el proyecto, se implantó el uso de guion, pre-producción, producción, post-producción.

2. Se renovó la imagen y producción del programa “En Rola Tv”. Siendo “Región Más” un canal para todas las familias de Coatepeque. Por ello se lanzó una temporada que permitió aumentar la audiencia y entretener al público con contenido apto para la edad del público objetivo.

3. No existía ningún set de televisión, se creó con cuatro paneles desmontables, que tienen como diseño el logotipo y slogan, además tienen como base los colores rojo y amarillo que fueron las tonalidades de la producción.

4. Se impulsó la nueva temporada de “En Rola TV”, con mantas vinílicas, tipo pasa calle, en puntos céntricos del municipio. También se utilizaron banners que se colacaron en centros comerciales. Debido a la falta de presupuesto por parte de la empresa para gastar por publicidad en otros medios, prefieren solo anunciarse dentro de su programación, pero se demostró la efectividad de posicionar una marca con publicidad externa.

5. Se promovió un nuevo espacio con la nueva temporada, ya que tiene otros segmentos para que la audiencia pueda elegir que música desea escuchar y así poder expresar sus emociones, ya que es un espacio para dedicar una canción o un mensaje en directo, con ello se buscó promover un espacio de interacción juvenil.

6. Se logró mejorar la comunicación con la audiencia juvenil y se comprobó con el aumento de mensajes de texto durante cada programa. Cada vez fueron menos los textos anónimos y aumentaron los firmados por los usuarios. Además, incrementaron las dedicatorias en directo.

7. Se fomentó un espacio para los cantantes y grupos de la región donde presentaron canciones de su autoría y así promover la música nacional. También en varios programas se ha tenido la interpretación de cantantes de popularidad nacional. Cada semana, hay lanzamientos de videos tanto de solistas como grupos nacionales.

8. Se impulsaron valores como; amistad, honestidad e identidad a través de un formato de entretenimiento sano. Carlos Morales, conductor del programa utiliza un lenguaje coloquial y modismos chapines.

9. Con la creación de la nueva temporada e implementación de segmentos de la programación y un nuevo set, se demostró que el proyecto puede ser factible a largo plazo.

10. No se colocó en un lugar visible la visión y la misión debido a que el director del canal "Región Más" no lo autorizó.

11. Se señalizó las áreas internas del canal "Región Más". Esto es funcional para que personal y visitantes identifiquen cada una de las áreas de trabajo.

4. Recomendaciones

1. Se sugiere realizar, cada cierto tiempo la renovación en la imagen del programa “En Rola Tv” y así complacer al público juvenil exigente.

2. Dar mantenimiento a las instalaciones del set de “En Rola Tv”, para qué esté en óptimas condiciones.

3. Mantener siempre publicidad externa y así generar público nuevo para el canal. Además, eso le da seguridad a las empresas para invertir en pautas dentro del programa.

4. Actualizar la base de videos musicales existentes y así poder complacer las exigencias del público objetivo del programa “En Rola Tv”.

5. Como medio de comunicación, seguir fomentando el talento artístico, cultural y musical tanto local, regional y nacional por medio del programa.

6. Buscar más estrategias de comunicación para promocionar el programa “En Rola Tv” y cada día pueda posicionarse mejor y así generar beneficios económicos para la empresa.

7. Seguir con el impulso de valores con temas sanos y mantener un lenguaje coloquial que promueva valores hacia el público objetivo. Además, de ser posible crear espacios de sana convivencia que fomenten valores como respeto, honradez, multiculturalidad y pluriculturalidad.

8. Implementar las redes sociales, ya que es un medio alternativo que permite tener comunicado al televidente con el medio. En la encuesta, el sesenta y dos por ciento de la población le gustaría que el canal utilizara las redes sociales y un treinta y ocho por ciento dijo que no, por ello es importante que

lo antes posible puedan consideran crear una fan page del canal y de los programas.

9. Para que el proyecto siga a largo plazo, es necesario contratar personal que pueda apoyar y seguir con la producción, para generar pauta publicitaria para el programa.

10. Colocar la visión y misión de la institución ya que esto le da identidad a los empleados e informa a los visitantes.

11. Darle mantenimiento a los rótulos colocados, pues identifican las instalaciones y mejoran la comunicación visual.

5. Referencias Bibliográficas

1. González Alonzo, A. (2008). Principios básicos de la comunicación. (3ª. Ed.) México, D.F.: Editorial Trillas.

2. Interiano, C.(2001).Cultura y Comunicación de masas. (1ª. Ed.) Guatemala, GT.: Editorial Estudiantil Fenix.

3. Sandoval, M.(2008). Técnicas de persuasión utilizadas en el noticiero Primera Línea de la empresa Cable Dx de la ciudad de Coatepeque. (Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación). Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala. GT.

Vo.Bo. Lcda. Ana Teresa de González

Bibliotecaria CUNSUROC

6. E-grafías

1. Empresa Cable DX. (s.f.) Historia de la creación de la empresa. Recuperado 02 de marzo de 2015 de http://cabledx.tv/inicio/historia/

2. Para obtener muestra. (s.f.) Recuperado 15 de marzo 2015 de http://www. netquest. com/blog/ es/que-tamano-de-muestra-necesito/

3. ¿Qué es un slogan?. (s.f.). Recuperado el 12 de marzo de http://metodo marketing.com/slogan/

4. Significado de los colores en el diseño de los logotipos. (s.f.)Recuperado el 12 de marzo de http://www.camionetica.com /2009/06/28/significado-de-los-colores-en-el-diseno-de-logotipos/2/

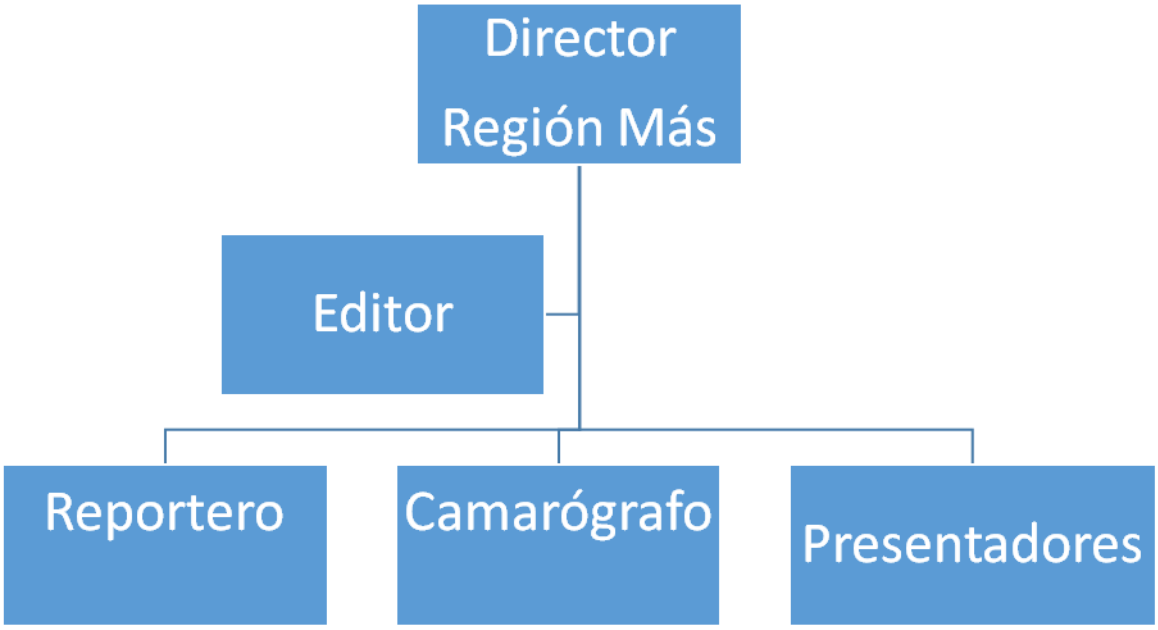
5. Teoría del color para diseñadores: significados del color. Recuperado el 12 de marzo de www.metodomarketing.com/slogan/

Vo.Bo. Lcda. Ana Teresa de González

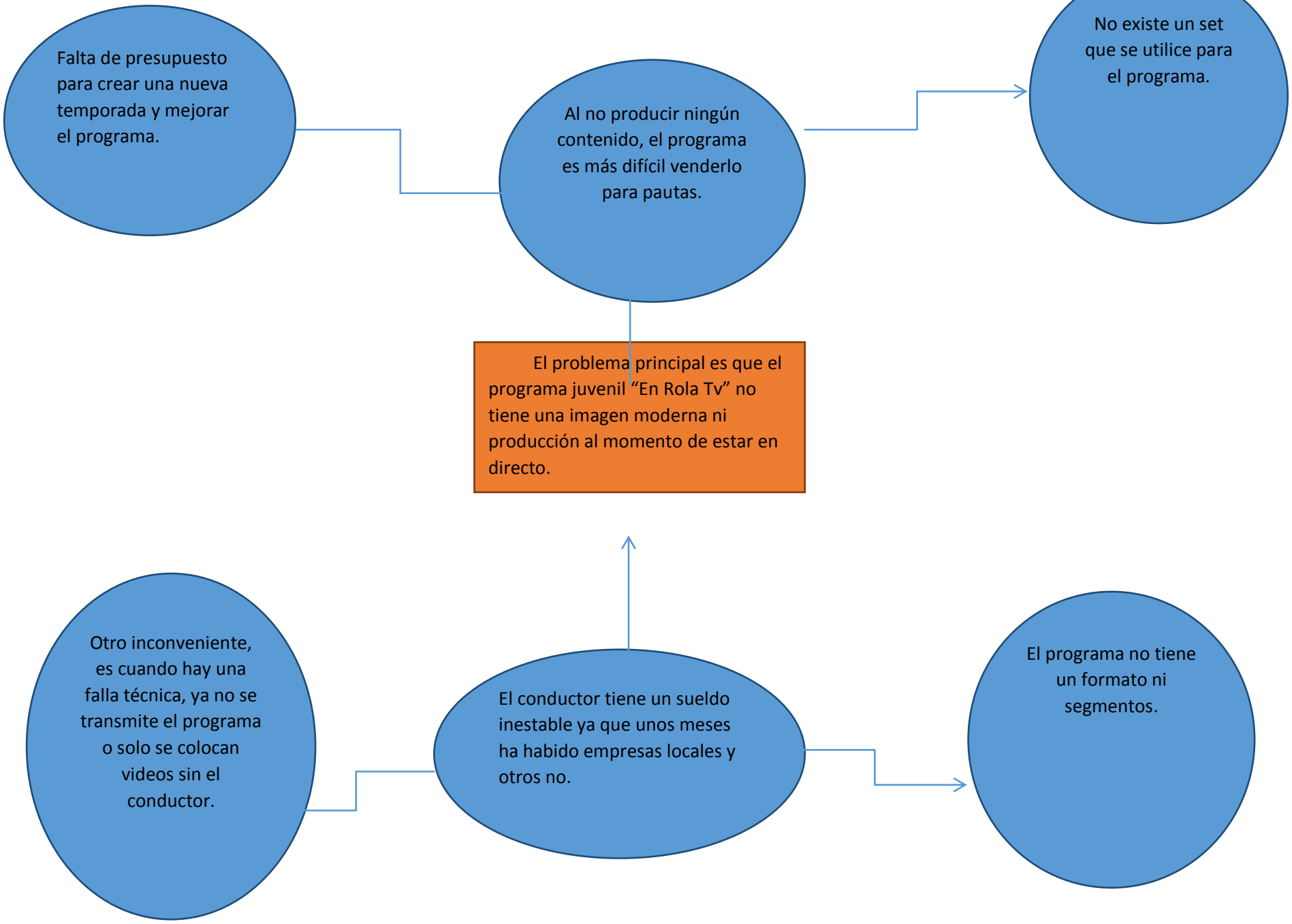
Bibliotecaria CUNSUROC

7. Anexos

a) Organigrama del canal de televisión.



b) Árbol del problema



c) Foda

Durante la investigación se pudieron encontrar amenazas y debilidades en la empresa pero también las oportunidades y fortalezas en las cuales se apoyó el proyecto que se realizó.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Ser un canal con muchos años de experiencia en el medio televisivo local.	Contar con gran porcentaje de población joven en el municipio de Coatepeque.	Dentro de su programación tienen un programa juvenil que no cuenta con producción y necesita la renovación de la imagen.	Alguna falla eléctrica en algún sector que no permita que el programa se vea.
Los reporteros y camarógrafos tienen habilidades técnicas para trabajar.	Tener enlaces fortalecidos con las fuentes de información para hacer trabajos de investigación.	La falta de equipo técnico dificulta el avance en algunos proyectos como una transmisión en directo.	No encontrar patrocinadores que quieran trabajar con el proyecto.
Ser el canal regional con más usuarios en el área.	Utilizar las redes sociales del canal y personal de los conductores, para interactuar con el	El edificio no tiene el ambiente adecuado para soportar el calor de las luces cuando se	No encontrar a las fuentes de información el día que se quiera realizar una

	público joven que está pendiente de ese medio.	está grabando o transmitiendo un programa.	grabación.
Contar con equipo moderno que permite la transmisión de una imagen más moderna.	Utilizar publicidad externa que permita atraer a más audiencia para ver el programa.	La falta de personal dificulta el trabajo dentro del canal.	Que la señal del cable sea inestable y por ello el televidente cambie de canal.
Tener al aire distintos formatos de programas como noticiero, fútbol y musical.	Utilizar otros medios de comunicación como la radio para darle más publicidad al proyecto.	La empresa no tiene un presupuesto destinado para invertir en publicidad externa.	El clima lluvioso interrumpa la señal de cable en las casas de los usuarios.

d) Modelo de encuesta

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR OCCIDENTE –CUNSUROC-
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA

Ejercicio Profesional Supervisado de Rosa Elisa Pérez Escobar en las instalaciones del canal de televisión Región Más en la ciudad de Coatepeque.

A continuación se le presentan una serie de preguntas relacionadas con el Canal de televisión Región Más. Los resultados serán utilizados para una investigación académica. Se ruega responder objetivamente. Marque con una "x" o complete según corresponda.

Género: Femenino ☐ Masculino ☐

Edad: ☐15-25 ☐26-35 ☐36-45 ☐46-55 ☐56-65 o más

Nivel Educativo: ☐Primaria ☐Secundaria ☐Diversificado ☐Universitario

Barrio o zona en la que vive: _____

Profesión u oficio: _____

1. ¿Conoce los programas que se transmiten en el canal de televisión Región más?

   Sí☐ No ☐

2. Indicar cuáles son los programas que más ve del canal:

   Noticiario Primera Línea ☐ Fútbol y Más ☐
   En Rola TV ☐ Nuestra Feria ☐
   Otro: _____

3. ¿Considera que el lenguaje utilizado por los presentadores de los diferentes programas, es el adecuado para dirigirse al público televidente?

   Si☐ No ☐ Por qué _____

4. ¿Considera que el canal cumple con la misión de mantener informada a la población?

   Si☐ 2. No ☐

5. ¿Considera que el Noticiero Primera Línea deba mejorar?

   Si☐ 2. No ☐ De qué manera_____

6. El programa de entrevistas “Perspectivas” tendrá una nueva temporada ¿Qué temas le gustaría que se incluyera en el contenido?

   Sociales ☐ Educativos ☐ De la mujer ☐

   Juveniles ☐ Otro_____

7. En otra temporada de Perspectiva ¿Qué tipo de conductor o conductores le gustaría?

   Hombre☐ Mujer☐ Ambos ☐

8. El programa En Rola TV tendrá una nueva temporada ¿Qué tipos de segmentos te gustaría ver?

   Eventos sociales ☐ Entrevistas a jóvenes destacados☐

   Consejos para los jóvenes ☐ Concursos ☐
   Reportajes ☐

   Otro_____

9. En otra temporada de Perspectiva ¿Qué tipo de conductor le gustaría?

   Hombre☐ Mujer☐ Ambos ☐

10. Si se creará un nuevo programa dirigido a la mujer ¿Qué día le gustaría verlo?

    Lunes ☐ Martes ☐ Miércoles ☐

    Jueves ☐ Viernes ☐ Sábado ☐ Domingo ☐

11. Si se creará un nuevo programa dirigido a la mujer ¿En qué horario le gustaría verlo?

    Mañana ☐ Tarde ☐ Noche ☐

12. Si se creará un programa dirigido a la mujer ¿Qué contenido quisiera para el mismo? Puede elegir varias opciones

    Consejos para las mujeres ☐ Tips de salud y belleza ☐

    Reportajes sociales y educativos ☐ Entrevistas a mujeres destacadas ☐

    Otro_____

13. ¿Cómo considera el trabajo que realiza el canal de televisión “Región Más”?

    Bueno ☐ Regular ☐ Debe mejorar ☐

    Si considera que el canal debe mejorar podría indicarnos de qué manera_____

14. ¿Considera que es importante que el canal de televisión utilice las redes sociales para difundir información?

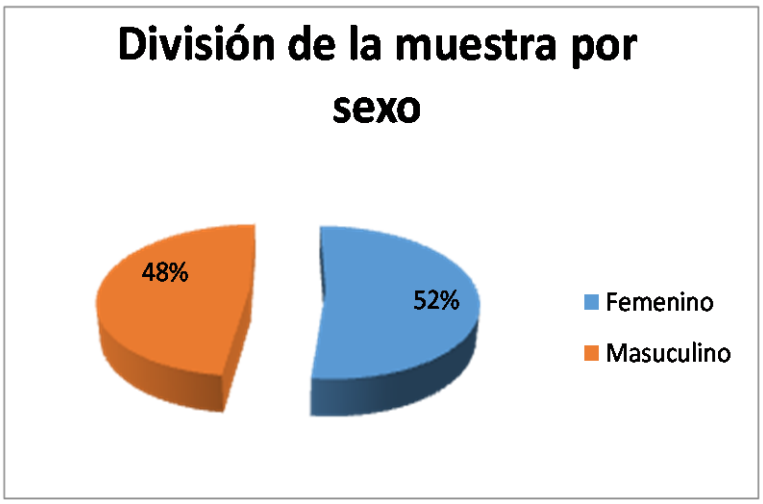
    Sí☐ No☐

De qué manera

_____

e) Resultados de la encuesta

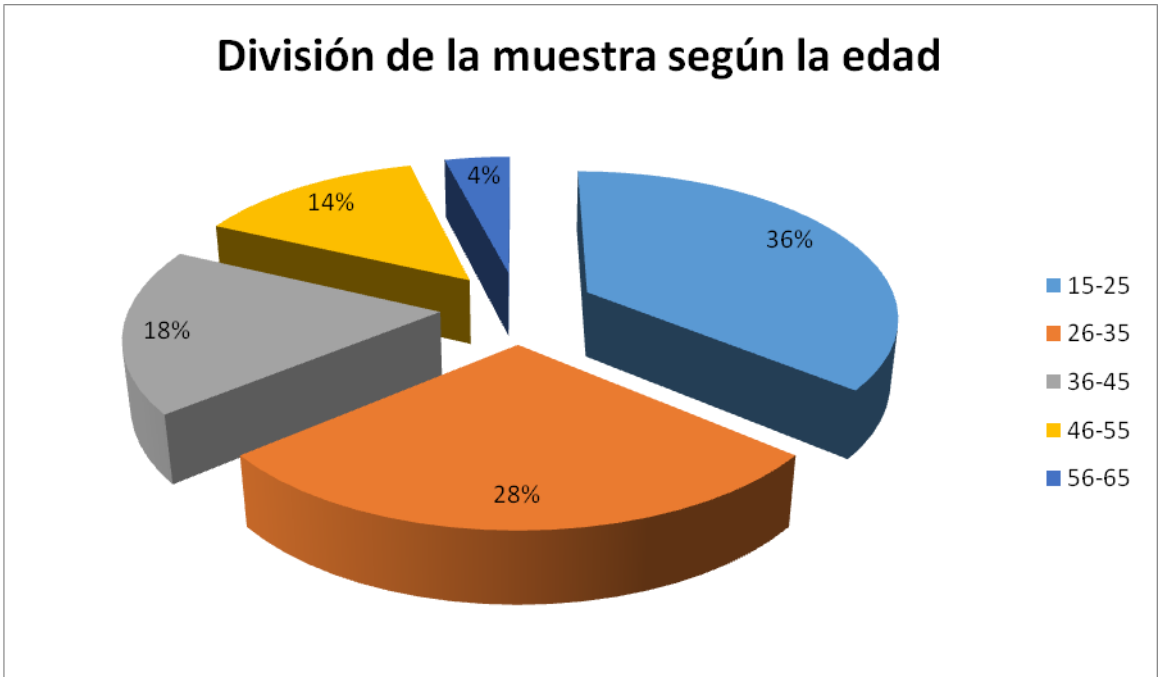
La muestra fue extraída a personas que son usuarios de la empresa de cable “Cable DX”.



Fuente: Elaboración propia.

Sexo	Masculino	Femenino	Total
	178	**192**	**370**

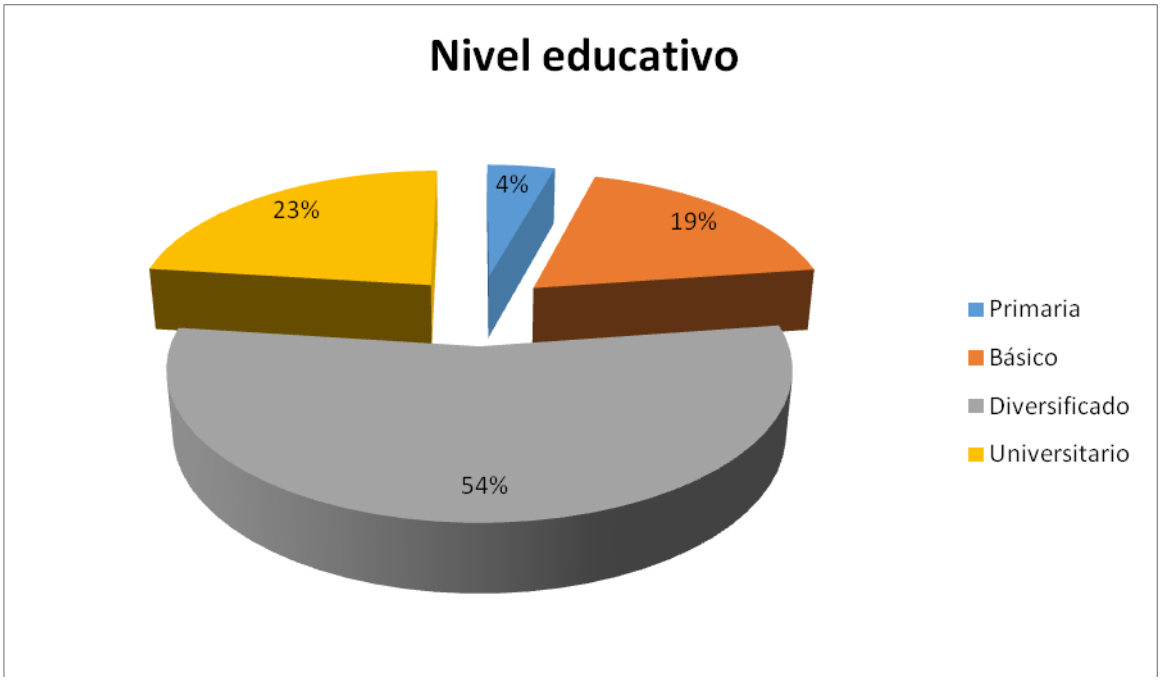
Luego de tabular los datos, se pudo establecer que participaron ciento noventa y dos mujeres que son el 52 por ciento y ciento setenta y ocho hombres que son el 48 por ciento. La encuesta fue tomada de las personas que son usuarios del servicio de cable. Los resultados muestran equidad de género.



Fuente: Elaboración propia.

Edades	15-25	26-35	36-45	46-55	56-65	O más		Total
Hombres	60	44	28	28	17	1	178	
Mujeres	80	48	32	26	5	1	192	370

Los resultados indican que el 36 por ciento de las personas son jóvenes de 15 a 25 años, el 28 por ciento es de 26 a 35, el 18 por ciento son de 36 a 45, el 14 por ciento es de 46 a 55, el 04 por ciento es de 56-65.



Fuente: Elaboración propia.

Nivel educativo	Primaria	Básico	Diversificado	Universitario		Total
Masculino	2	24	106	46	178	
Femenino	14 16	44 68	95 201	39 85	192	370

El 54 por ciento tiene una profesión en el nivel diversificado, 23 por ciento ha tenido estudios universitarios en diferentes carreras, 19 por ciento alcanzó en estudio un nivel de básico, y el 4 por ciento que es la mínima parte de los encuestados solo alcanzó a cursar un nivel de primaria. Esto concluye que todos los encuestados tienen la capacidad de leer y escribir y de tener la facultad de proveer datos verídicos.

Barrio o zona en la que vive:

		Femenino			Masculino	
Barrio el Rosario		7			4	
Barrio Candelaria		10			9	
Colonia El Arroyo		10			3	
Colonia Santa Elena		11			7	
Barrio el Jardín		25			26	
San Isidro		6			7	
Colonia Las Casas		22			18	
Colonia Maza		3			4	
El Satélite		6			6	
Lotificación Las Conchitas		2			3	
Barrio La batalla		8			15	
La Esperanza		5			8	
Chuatuj		2			2	
Barrio Guadalupe		9			11	
Valle Verde		0			0	
Berlín		5			6	
Villas San Antonio		0			2	
Guayacán		2			4	
San Francisco		14			10	
Aldea La unión		3			2	
Prados de Coatepeque		0			2	
Colonia Miguel Ángel Asturias		7			10	
Magnolia		3			2	
Barrio Aurora		5			3	
Barrio Independencia		10			7	
Barrio Colombita		17			7	
		192			178	370

Fuente: Elaboración propia.

Profesión u oficio:

	Femenino	Masculino	
Maestro(a)	47	31	
Ama de casa	37	0	
Estudiante	57	64	
Comerciante	7	16	
Comunicador	1	0	
Estilista	3	0	
Secretaria(o)	16	5	
Perito Contador	5	11	
Enfermera(o)	10	4	
Agricultora(a)	1	1	
Costurera	1	0	
Conserje	0	1	
Asesor de ventas	1	2	
Pintora	1	0	
Receptor(a)	1	8	
Carpintero		1	
Diseñador Gráfico		2	
Jubilado	1	3	
Médico	1	6	
Administrador	2	6	
Abogado		7	
Agrónomo		2	
Policía		1	
Ing. En Sistemas		2	
Psicólogo		1	
Perito en Electrónica		2	
Dibujante		1	
Ninguno		1	
Total:	192	178	370

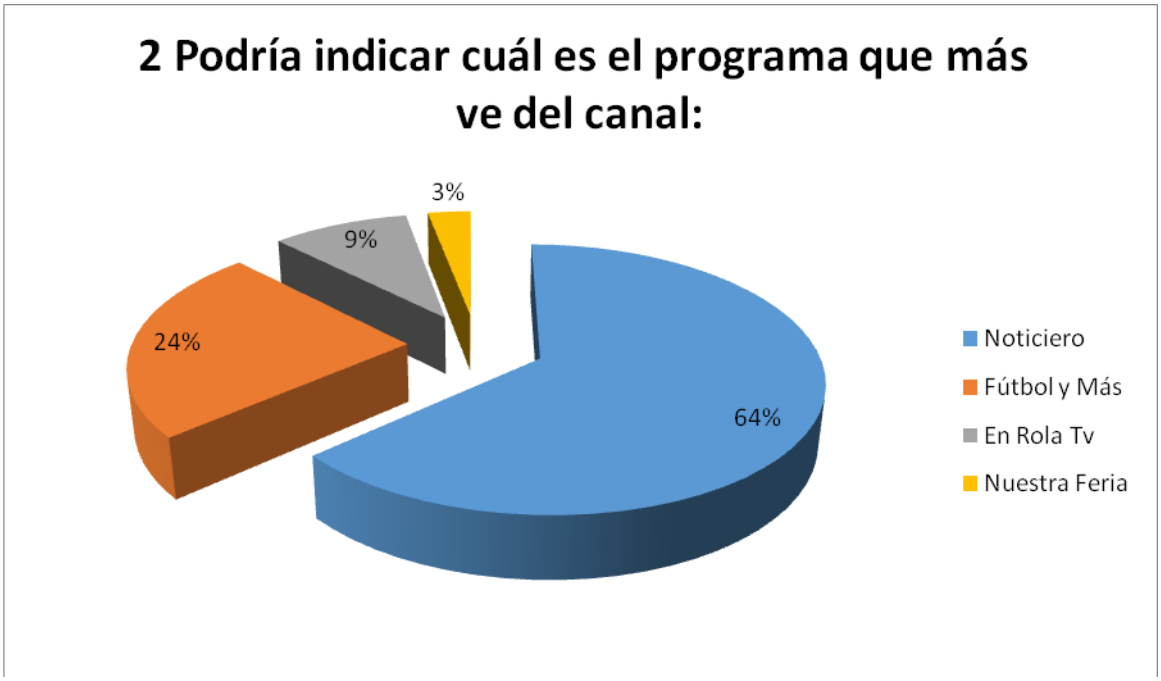
Fuente: Elaboración propia.

Fuente: Elaboración propia.

Sexo	Si	No	Total	
Masculino	**173**	**5**	**178**	
Femenino	**186**	**6**	**192**	**370**

De los 370 encuestados, 186 que significan el 97 por ciento contestaron que conocen algún programa que se transmite dentro de la programación de Región Más, mientras que 11 de los participantes que simbolizan el 3 por ciento, dijeron ser usuarios del servicio Cable Dx, pero no sintonizan el canal 7 y por ello no saben que se transmite.

Por ello en el resto de las encuestas se contabilizó una muestra de 359, ya que se restan 11 participantes porque ellos no ven el canal y no pudieron responder a las demás preguntas de la encuesta.

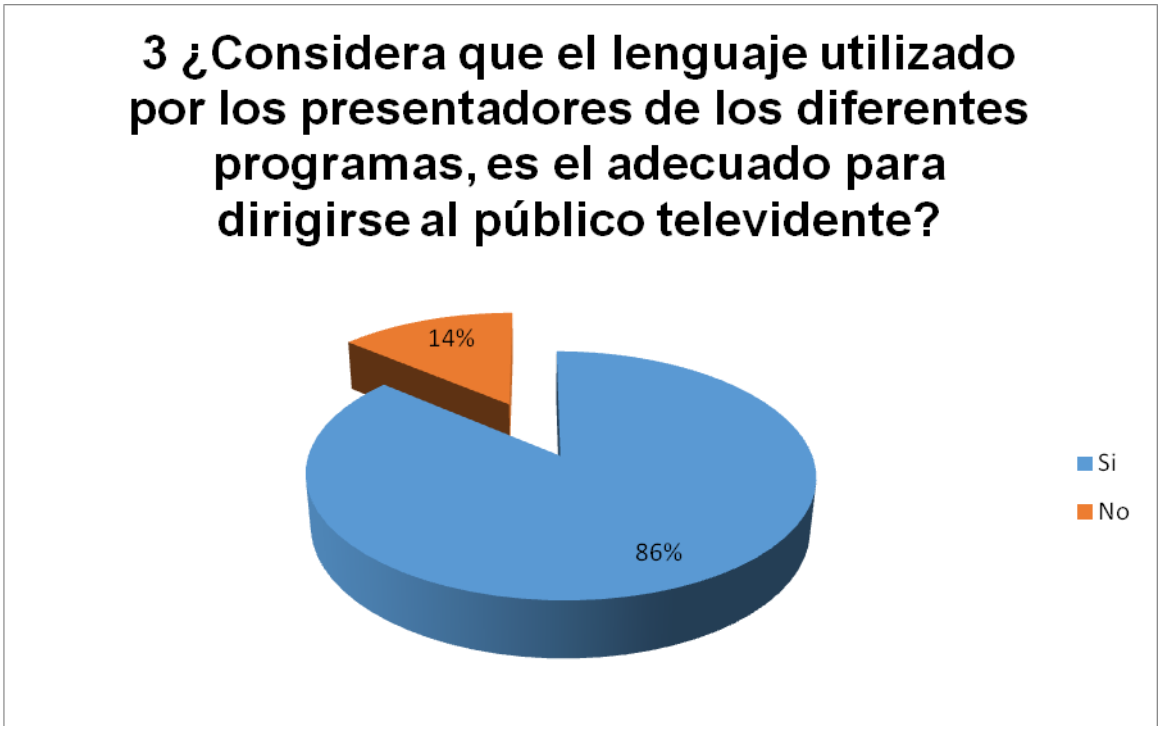


Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Noticiero	Fútbol	En Rola TV	Nuestra Feria	Total
Hombres	89	64	20	6	179
Mujeres	146	25	15	5	191
Suma:	235	89	35	11	370

El 86 por ciento dijo que con más frecuencia ve el noticiero Primera Línea, el 24 por ciento indicó que el programa que más sintoniza es Fútbol y más y el resto del porcentaje lo tiene En Rola Tv con el 10 por ciento y mínimos porcentajes Nuestra Feria.

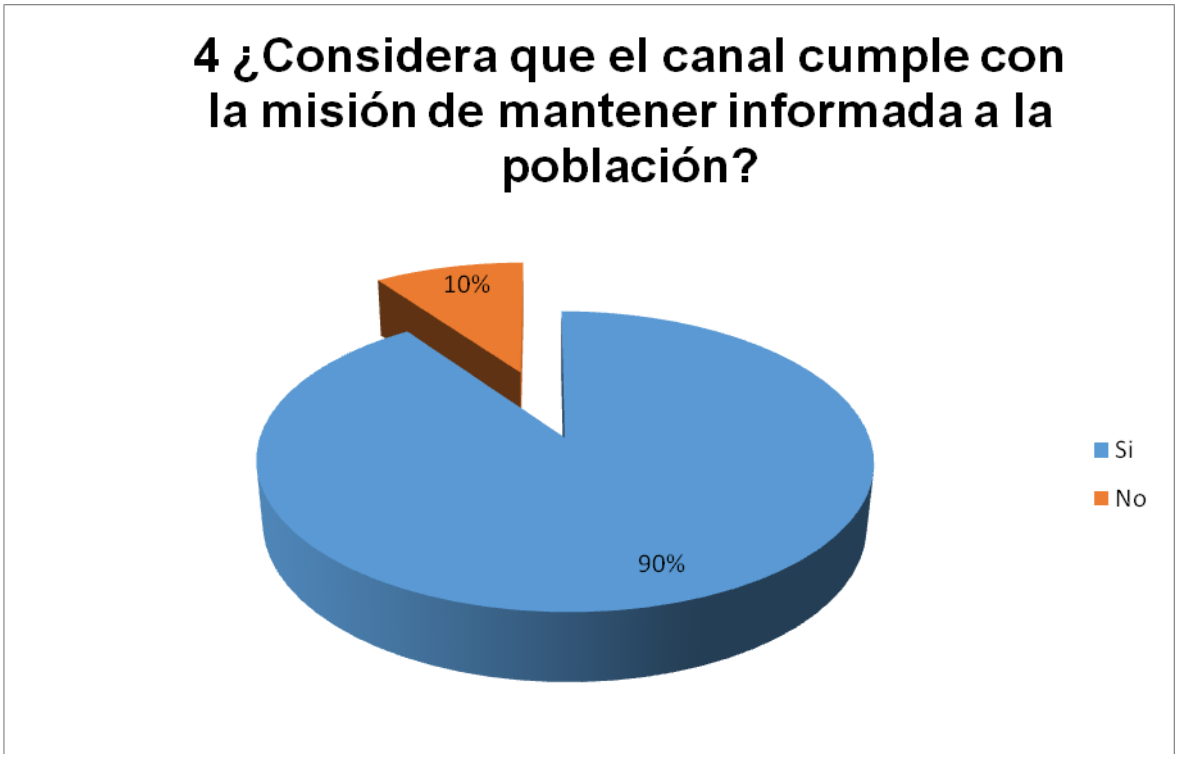
Durante la ejecución de la encuesta estaba al aire Nuestra Feria pero es un programa que solo se transmite durante el mes de marzo, es por ello que el dato se presentó con el menor porcentaje.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Si	No	Total
Hombres	145	35	180
Mujeres	174	16	187
Sumas:	319	51	370

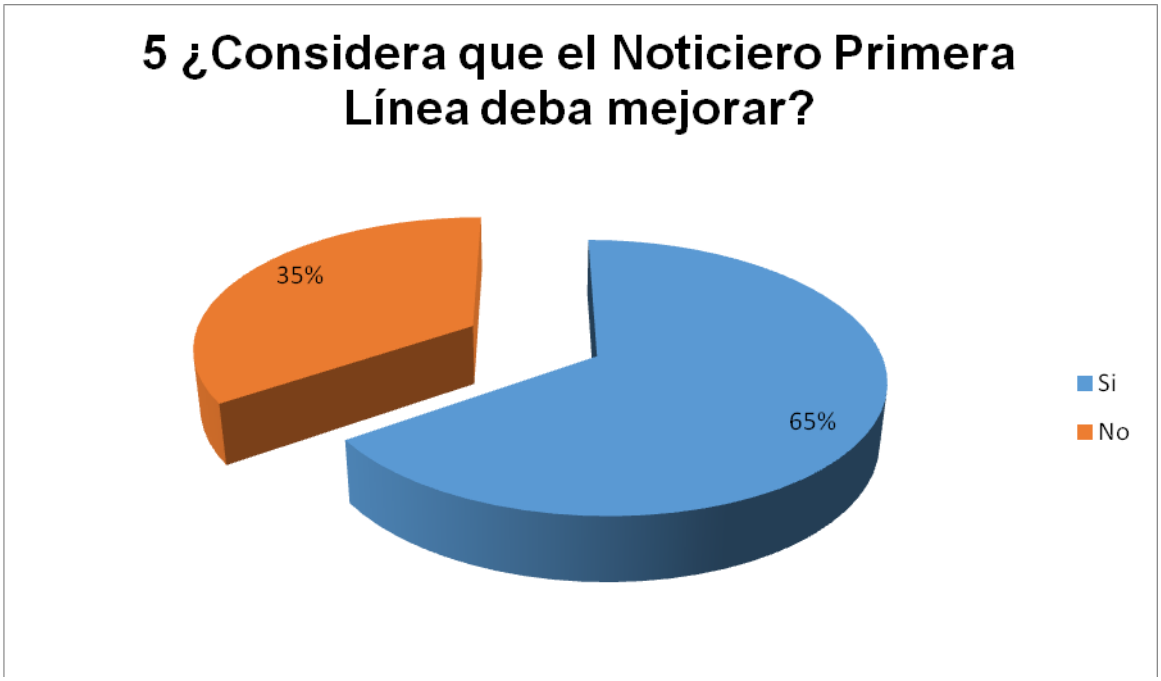
Según el 86 por ciento de los resultados afirmativos indicaron que el lenguaje utilizado por los presentadores es el correcto, mientras el14 por ciento que en su mayoría fueron hombres aseguraron no sentirse satisfechos y explicaron que se debe mejorar con la claridad para hablar y estar más seguros de lo que se habla en televisión. Todas estas observaciones serán presentadas en las recomendaciones del trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Si	No	Total
Hombres	156	23	179
Mujeres	178	13	191
Sumas:	334	36	370

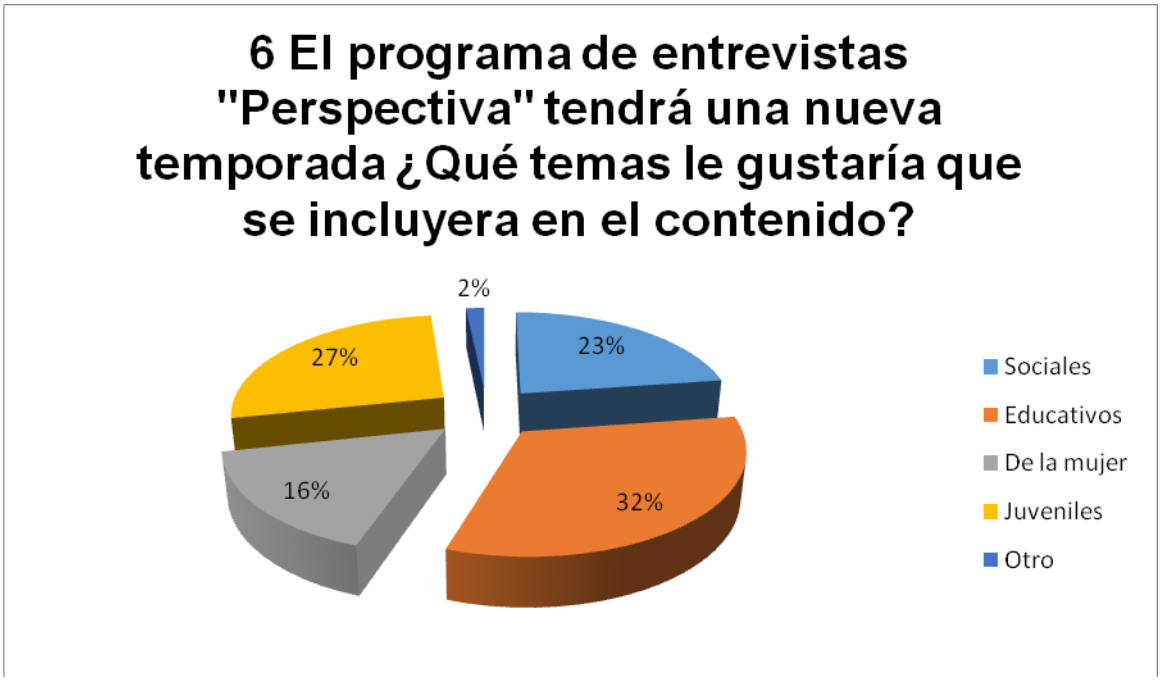
Los resultados de la pregunta son positivos ya que el 90 por ciento de los participantes se sienten informados con el contenido que se puede ver en Región Más Coatepeque, mientras que el 9 por ciento percibe todo lo contrario pero es una minoría y es parte de la visión de la empresa de llegar a una totalidad con todos los usuarios.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Si	No	Total
Hombres	127	49	176
Mujeres	115	79	186
Sumas:	242	128	370

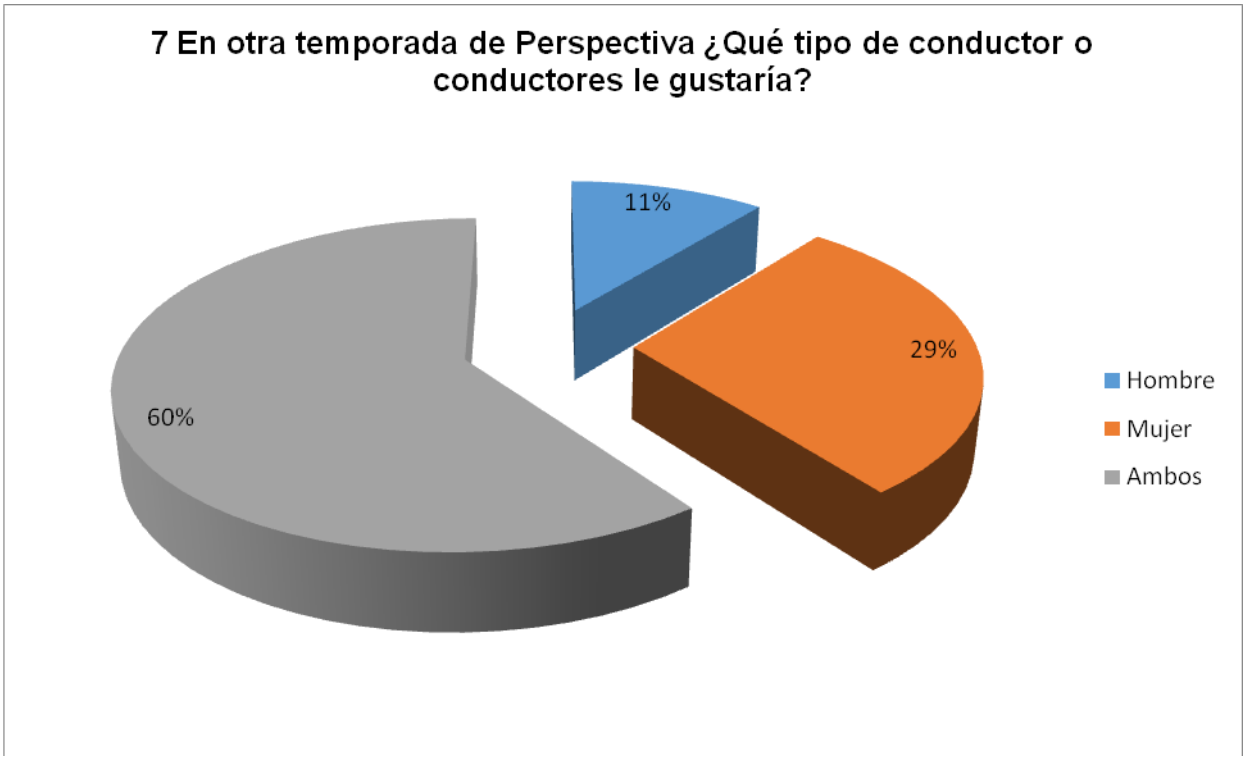
Los resultados de este inciso demuestran con un 65 por ciento que los receptores exigen cada día mejor calidad ya que aseguran sentirse informados con la respuesta del inciso cuatro pero solicitan que la producción se mantenga siempre mejorando para realizar un mejor trabajo. El otro porcentaje que es un 35 por ciento asegura que no debe sufrir al cambio ya que lo que percibe en el noticiero le es suficiente para informarse. Los dos resultados son positivos para el medio de comunicación ya que un porcentaje percibe positivo el trabajo y otro porcentaje exige que el trabajo cada día sea mejor.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Sociales	Educativos	De la mujer	Juveniles	Otro	Total
Hombres	46	57	24	51	3	181
Mujeres	38	63	37	48	3	189
Sumas:	84	120	61	99	6	370

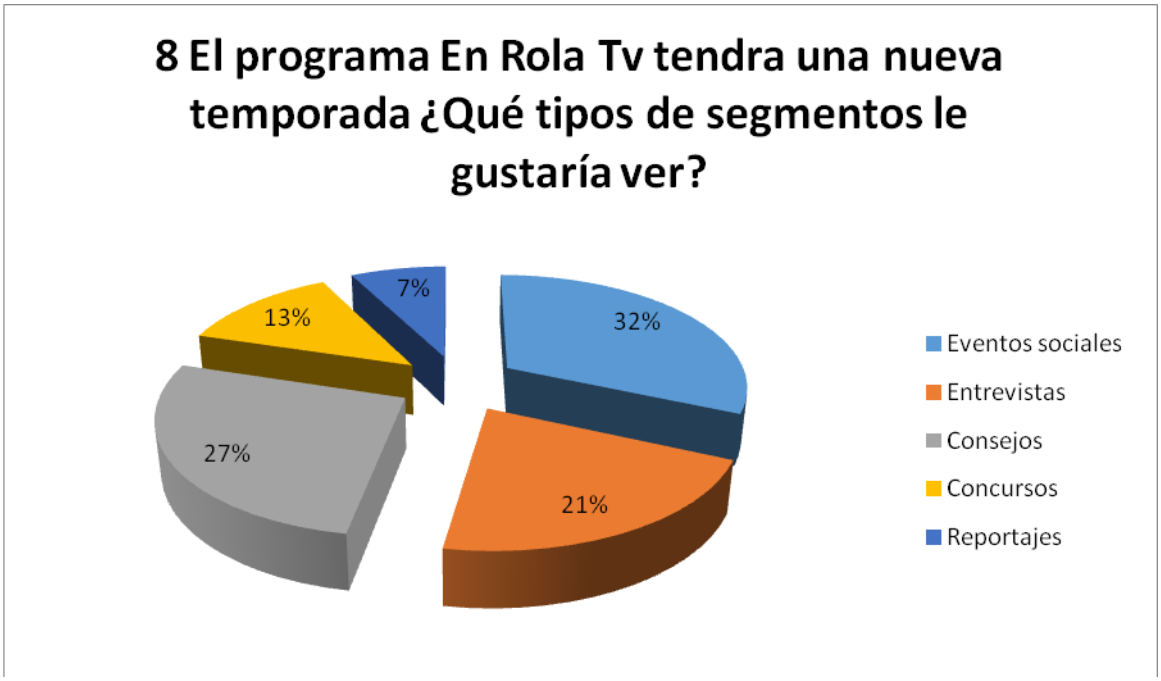
El 32 por ciento desea ver temas educativos, el 27 por ciento le gustaría ver temas de la juventud, el 23 por ciento temas de interés social, el 16 por ciento temas relacionados a la mujer en la sociedad. Sugerencias que serán dadas para la elaboración de la nueva temporada de perspectiva.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Hombre	Mujer	Ambos	Total
Hombres	**17**	**61**	**103**	**181**
Mujeres	**23**	**46**	**120**	**189**
Sumas:	**40**	**107**	**223**	**370**

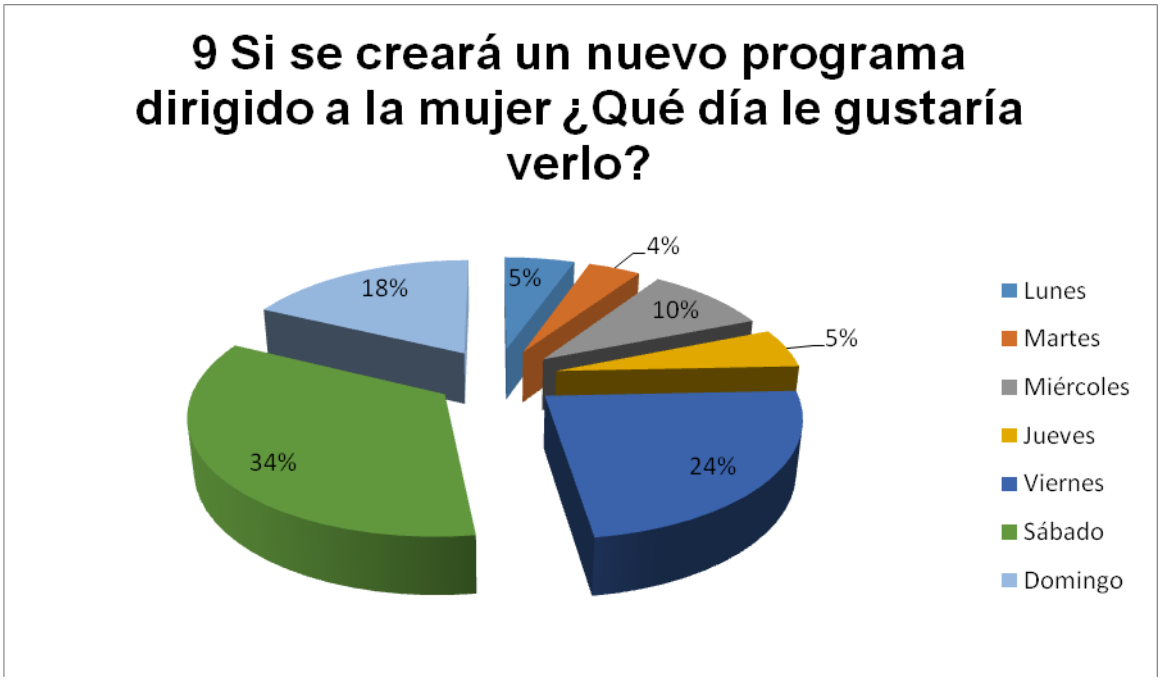
El 60 por ciento de los usuarios encuestados desea ver a un hombre y una mujer como moderadores de las entrevistas, mientras que el 29 por ciento prefiere ver solo a una dama como entrevistadora, y el resto que es un 11 por ciento desea seguir viendo a un hombre como presentador del programa.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Eventos	Entrevistas	Consejos	Concursos	Reportajes	Total
Hombres	67	35	44	25	13	184
Mujeres	50	43	56	22	15	186
	117	78	100	47	28	370

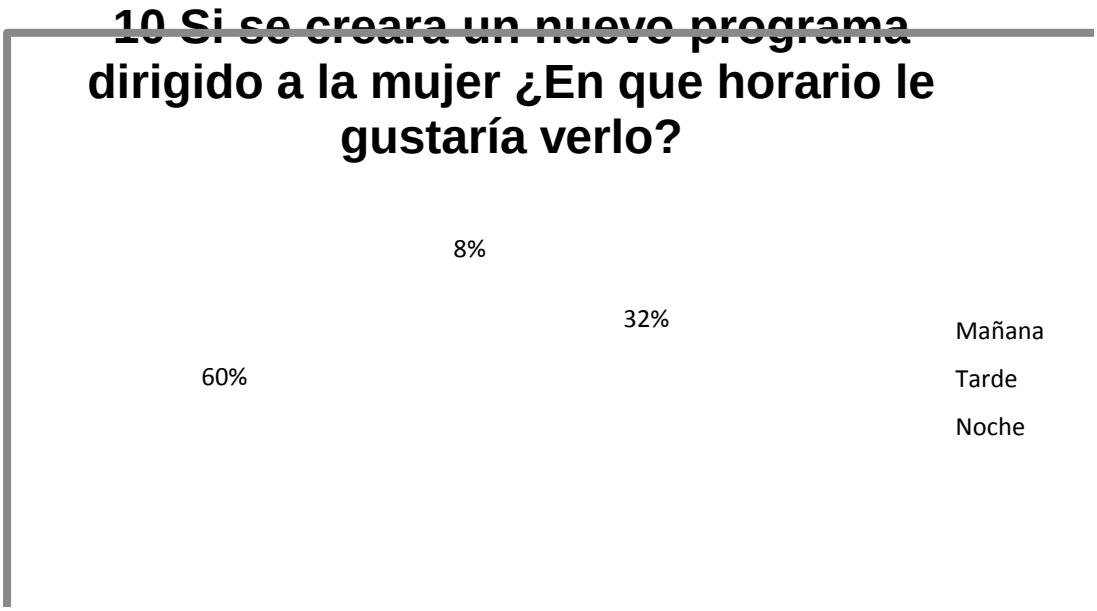
El 32 por ciento de los encuestados les gustaría tener noticias sobre diferentes eventos que se realicen en Coatepeque, el 27 por ciento espera ver consejos de diferentes temas, el 21 por ciento desea entrevistas a jóvenes destacados y el 13 por ciento espera concursos dentro de la transmisión y por último el 8 por ciento espera ver reportajes interesantes. Esto permite proponer para los segmentos gran variedad de contenido.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
Hombres	10	12	11	14	35	65	32	179
Mujeres	10	03	24	06	52	62	34	191
Sumas:	20	15	35	20	87	127	66	370

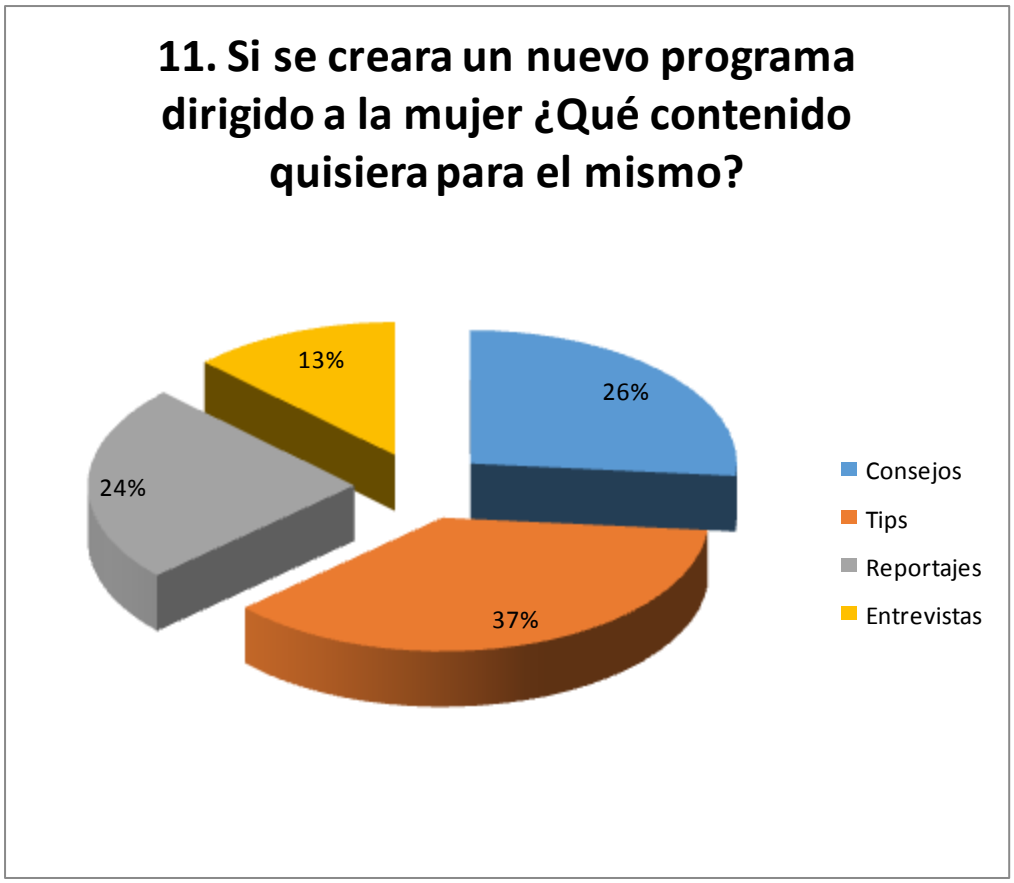
Las personas indicaron con un 33 por ciento que para ver un nuevo programa sería sábado, el 24 por ciento prefiere que sea viernes, 18 por ciento domingo, 10 por ciento miércoles, 6 por ciento lunes, 5 por ciento jueves, y 4 por ciento martes.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Mañana	Tarde	Noche	Total
Hombres	15	54	109	178
Mujeres	13	64	115	192
Sumas:	28	118	224	370

El 60 por ciento del público indica que si se creara un nuevo programa dirigido a la mujer prefiere verlo en la noche, el 31 durante la tarde y el 8 por ciento en la mañana.



Fuente: Elaboración propia.

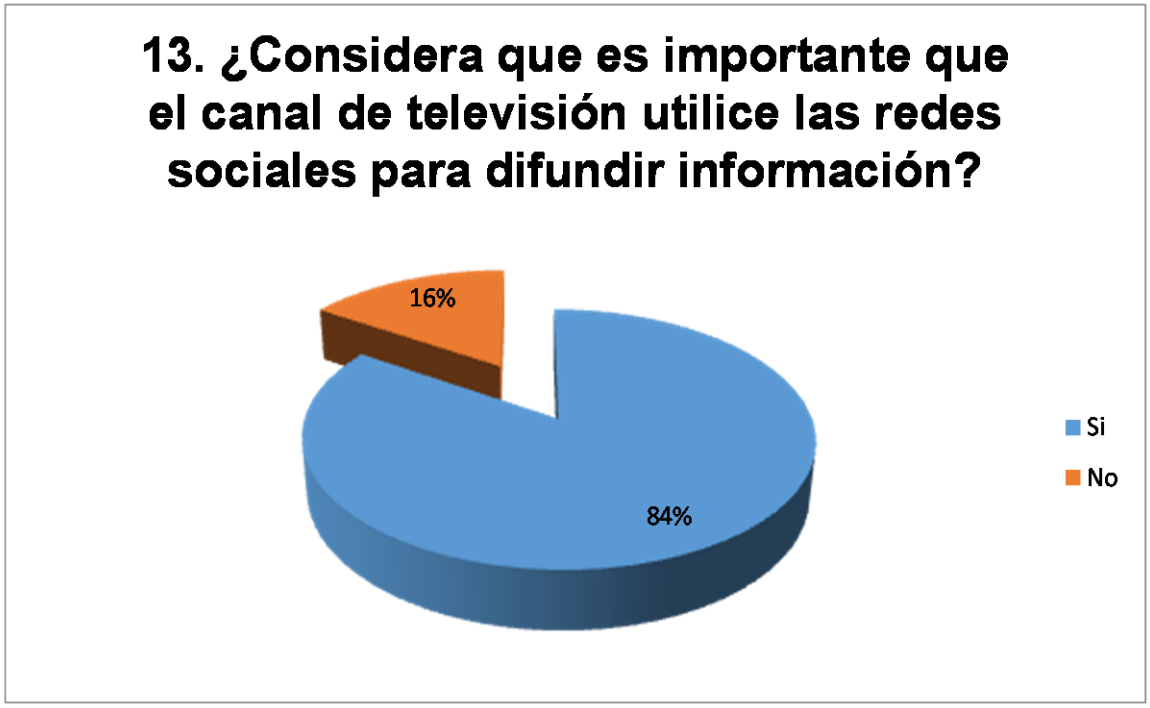
Respuesta	Consejos	Tips de salud y belleza	Reportajes	Entrevistas	Total
Hombres	54	41	65	18	178
Mujeres	44	95	24	29	192
Sumas:	98	136	89	47	370

El 37 por ciento de la población prefiere en el contenido tips de salud y belleza, 26 por ciento consejos, 24 por ciento reportajes y 13 por ciento entrevistas a mujeres destacadas.

Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Bueno	Regular	Debe mejorar	Total
Hombres	83	59	37	179
Mujeres	115	56	20	191
Sumas:	198	115	57	370

El 54 por ciento asegura que el trabajo del canal es bueno, mientras que el 31 por ciento piensa que es regular por otro lado el 15 por ciento indica que debe mejorar.



Fuente: Elaboración propia.

Respuesta	Si	No	Total
Hombres	145	30	175
Mujeres	167	28	195
Sumas:	312	58	370

El 84 por ciento de la población indica que es necesario el uso de las redes sociales y el 16 por ciento considera que no es esencial.

f) Fotografías

Figura 1.Logotipo Noticiero Primera Línea

Es el logotipo que identifica al noticiero Primera Línea y es tu utilizado, en Coatepeque, Quetzaltenango y Mazatenango. Es creación de la empresa.

Figura 2. Logotipo programa Musical en directo “En Rola TV” (La imagen anterior del programa).

Este es el logotipo anterior del programa “En Rola TV”, debido a que se perdió el archivo digital, se tomó una fotografía a una impresión. Tomada 6 de marzo, del 2015.

Figura 3. Programa Deportivo “Fútbol y Más”.

Logo del programa deportivo. Fue proporcionado por el Editor Edgar Cifuentes.

Figura 4. Puerta de grabación.

Instalaciones del Canal Región Más, es la puerta del set de grabación a la cual se le instaló un adhesivo para identificar el uso de la misma y además los logotipos de los programas. Tomada el lunes 16 de julio de 2015.

Figura 5. Puerta de edición.

Instalaciones del Canal Región Más, es la puerta del set de la isla de edición a la cual se le instaló un adhesivo para identificar su uso. Tomada el lunes 16 de julio de 2015.

Figura 6.Puerta de la dirección del canal.

Puerta de la oficina que utiliza el director del canal, a la cual se le instaló un adhesivo para identificar el uso de la misma. Tomada el lunes 16 de julio de 2015.

Figura 7. Ventana de la dirección del canal.

Instalaciones del Canal Región Más, es una ventana que se ubica en la oficina de la dirección del medio televisivo, a la cual se le instaló un adhesivo con el logotipo de la empresa de cable y el canal. Tomada el lunes 16 de julio de 2015.

Figura 8. Puerta principal del canal 7 de “Región Más”.

Puerta dentro del edificio para entrar a las instalaciones del canal de televisión, a la cual se le instaló un adhesivo con el logotipo del medio televisivo y el slogan. Tomada el lunes 16 de julio de 2015.

Figura 9. Logotipo nuevo.

Figura 10. Logotipo y eslogan.

Figura 11.Diseño de banner tipo araña.

Figura 12. Banner publicitario

Se colocó en el centro Comercial La Trinidad, un banner para promocionar el programa “En Rola Tv”. Este es uno de los medios alternativos que se ejecutaron del proyecto. Tomada el 11 de junio de 2015.

Figura 13. Pasa calle.

Sexta calle de Coatepeque. Se colocó una manta pasa calle para promocionar el programa “En Rola Tv”. Tomada el 11 de junio de 2015.

Figura 14 Pasa calle.

Sexta calle de Coatepeque, frente al parque Central. Se colocó una manta pasa calle para promocionar el programa “En Rola Tv”. Tomada el 11 de junio de 2015.

Figura 15. Pasa Calle

Avenida 20 de octubre. Se colocó una manta pasa calle para promocionar el programa “En Rola Tv”. Tomada el 11 de junio de 2015.

Figura 16. Pasa Calle

Avenida 20 de octubre. Se colocó una manta pasa calle para promocionar el programa “En Rola Tv”. Tomada el 11 de junio de 2015.

Figura 17. Set de televisión.

Set de televisión con panes desmontables, en el cual se colocaron el logo y slogan del programa “En Rola Tv”.Además se instaló una base de metal para colocar la televisión. Tomada el lunes 15 de junio de 2015.

Figura 18. El conductor del programa Carlos Rafael Morales en la transmisión del primer programa.

El conductor Carlos Morales en el set de televisión, para el primer programa de la nueva temporada del programa “En Rola Tv”.Tomada martes 16 de junio de 2015.

Figura 19. El conductor del programa Carlos Rafael Morales en la transmisión del primer programa.

El conductor Carlos Morales en el set de televisión, para el primer programa de la nueva temporada del programa “En Rola Tv”. Tomada martes 16 de junio de 2015.

Figura 20. Cantante invitado al primer programa.

El artista invitado fue el cantante coatepecano “Kelvin The Nation”, quien interpretó canciones de su autoría.Instalaciones de Región Más, martes 16 de junio de 2015.

Figura 21. El equipo de trabajo para la transmisión del programa.

De izq. a der. Antonio de León camarógrafo, artista invitado Kelvin Gómez, Rene Monzón Camarógrafo, Carlos Morales conductor y el editor Edgar Cifuentes. Instalaciones de Región Más, tomada martes 16 de junio de 2015.

Figura 22. Sesión de fotos realizada a la presentadora del programa “Perspectiva”.

Sesión fotográfica para la presentadora Lupita Díaz. Trabajo que después fue publicado en la revista “Guía DX”.Tomada 06 de marzo de 2015.

Figura 23. Transmisiones de los programas de “En Rola Tv”.

El conductor Carlos Morales en otro programa de la nueva temporada de “En Rola TV2, con el editor Edgar Cifuentes. Set de televisión en las instalaciones de Región Más.Tomada 30 de junio de 2015.

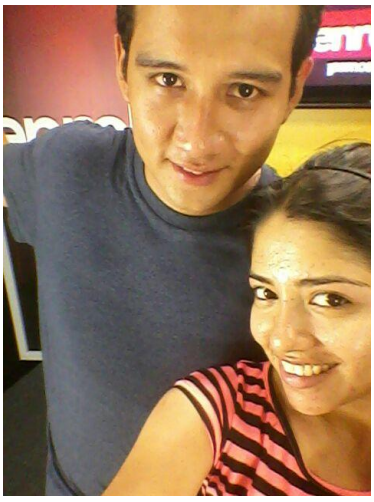
Figura 24. Trabajo con el editor del Canal Edgar Cifuentes.

Antiguas instalaciones de Región Más, trabajo con el editor Edgar Cifuentes. Tomada el 16 de febrero.

Figura 25. Apoyo técnico con trabajadores del canal.

Trabajo de edición en el canal “Región Más”, en las antiguas instalaciones de Región Más. Tomada el 17 de marzo.

Figura 26. Apoyo en conducción del programa.



Con el conductor Carlos Morales en las antiguas instalaciones de Región Más, con apoyo en la conducción. Tomada el 13 de marzo.

Figura 27. Apoyo en horas de práctica.

Apoyo de práctica en instalaciones de Región Más. Tomada el 2 de junio de 2015.

Figura 28. Entrevista a profundidad al editor Edgar Cifuentes.

Durante el diagnóstico se realizó una entrevista a profundidad con el editor de “Región Más” Edgar Cifuentes, en las antiguas instalaciones de Región Más, 16 de febrero.

Figura 29. Entrevista a profundidad al director del canal Ángel Gómez.

Durante el diagnóstico se realizó una entrevista a profundidad con el director de “Región Más” Ángel Gómez, en las antiguas instalaciones de Región Más.Tomada 16 de febrero 2015.

Figura 30. Entrevista a profundidad al reportero Rene Monzón.

Durante el diagnóstico se realizó una entrevista a profundidad con el camarógrafo de “Región Más” Rene Monzón, en las antiguas instalaciones de Región Más. Tomada 18 de febrero 2015.

Cuadro 1. Guion de la voz en off del promocional de lanzamiento.

Voz Región Más institucional Noé Pérez	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	¡Que siga la fiesta! Región Más presenta la nueva temporada de “En RolaTV”. Videos musicales, nuevos segmentos, y más entretenimiento. Gran lanzamiento martes 16 de junio desde las 18 horas Por Región Más. Conduce Carlos Rafael Morales. Enrolate con el programa de televisión más visto en toda la Región. Enrola TV, somos más música.

Cuadro 2. Escaleta del primer programa de martes.

Guión En Rola Tv 16/06/2015

Bienvenida

Trending Music. Ex de verdad. Has Ash.

Cantante invitado: Kelvin

1 Corte Comercial

Trending Music.

Invitado presenta su video musical.

2 Corte Comercial

Enrolados.

Video Complacencia.

3 Corte Comercial

Segmento Doble Play porque dos es mejor. Enrique Iglesias.

Presentación final del invitado.

Despedida.

Cuadro 3. Escaleta de uno de los programas de viernes.

Guion En Rola Tv

Bienvenida

Trending music. Camila. La vida entera

Trending music. Calle 13. La vida

1 Corte Comercial

Video 5 Playa Limbo Pierdeme el respeto

Video 4 Maná La prisiòn

2 Corte Comercial

Video 3 Nicky Jam y Enrique Iglesias El perdón

Video 2 Osmani García con Pitbull El taxi

3 Corte Comercial

Video la semana 1. Wisin, Carlos Vives y Daddy Yankee Nota de amor

Video Complacencia.

Despedida.

Cuadro 4. Carta de solitud para fan page.

Coatepeque, 11 de mayo 2015.

Señor:
Ángel Gómez
Director del canal Región Más de Coatepeque
Presente.

Reciba cordiales saludos de la universitaria Rosa Elisa Pérez Escobar deseándole éxitos en todos sus proyectos.

En el canal que usted dirige y en el cual realizo mi Practica Supervisada (EPS), uno de los proyectos a ejecutar es el lanzamiento de la nueva temporada del programa juvenil "En Rola Tv", por ello solicitó su autorización para poder crear una página en redes sociales conocida como "Fan page" en inglés, que en español significa página para los fans. Esto se hace con la intención de captar al grupo objetivo (mayor de 20 años) al cual va dirigido el programa. En la Fan Page el usuario de Facebook le dara me gusta a la página y podrá dejar comentarios en las publicaciones como también compartir información que desee.

La página anunciaría el lanzamiento de la nueva temporada, como también recibiría peticiones de videos y saludos cuando el programa este al aire. Uno de los objetivos es siempre publicar contenidos interesantes como memes, además de frases o chistes que sean interesantes y de reflexión. Junto con ello se postearan imágenes antes de salir en vivo y durante el programa. La página en Facebook permite estar en contacto con los seguidores del programa aunque el mismo no éste al aire. Por ello solicito se me autorice el poder dirigir el espacio en redes sociales.

Aclaro que cuando mi tiempo de epesista termine el conductor del programa se ha comprometido a siempre actualizar el contenido del mismo.

Sin otro particular me suscribo de usted cordialmente,

Atentamente

Rosa Elisa Pérez Escobar
Epesista universitaria

Cuadro 5. Carta de rechazo para fan page y la colocación de la visión y misión.

Coatepeque, 12 de mayo 2015.

Señorita:
Rosa Elisa Pérez
Epesista
Presente.

Cordiales saludos del personal de Región Más.

Primero quiero agradecer por el trabajo realizado para nuestra institución que se está desarrollado de la mejor manera con la creación de una nueva temporada para el programa "En Rola Tv".

Segundo con respuesta a la petición de las redes sociales quiero comentarle que conocemos de la importancia de las mismas en el mundo moderno y más para los jóvenes, pero no podemos autorizar la creación de una fan page, debido a que no tenemos en nuestro personal un puesto para coordinar las redes sociales. Por ello queremos hacer constar que conocemos de la intención de la señorita Rosa Elisa Pérez pero no podemos aceptar su petición.

Tercero, quiero explicar que por ahora no podemos aceptar que se coloque la misión y visión en la institución que como empresa lo haremos con un tipo de material especial y es elevado el constó.

Muchas gracias y esperamos se tome en consideración está carta.

Sin otro particular me suscribo de usted cordialmente,

Atentamente

Angel Gómez
Director canal Región Más

USAC
TRICENTENARIA

Mazatenango, 28 de enero de 2017
DIC. T.G.C.P. No. 02 -2017

Magister
Paola Marisol Rabanales
Coordinadora
Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
-CUNSUROC-
Mazatenango, Suchitepéquez
Presente

Apreciable Coordinadora:

Por este medio en mi calidad de docente de las carreras de Periodista Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del plan fin de semana del CUNSUROC, y a lo establecido en el Artículo 4 del "**Normativo Especifico para la Ejecución del Trabajo de Graduación, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Sur Occidente –CUNSUROC-**" en cumplimiento de mis funciones como **REVISORA DE TRABAJO DE GRADUACION** titulado: "*Fortalecimiento de la Comunicación Interna y Externa para el Canal Región Más de Coatepeque Quetzaltenango*", elaborado por la estudiante Periodista Profesional, Rosa Elisa Pérez Escobar, carnet 200941567. Considero que el mismo reúne los requisitos técnicos suficientes, en cuanto a: Calidad en su contenido, metodología de la investigación, pertinencia de los resultados y redacción; por lo que, me permito omitir: DICTAMEN FAVORABLE, a fin de que continúe con el trámite respectivo.

Sin otro Particular me suscribo de usted,

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Msc. María del Carmen Alvarado Alvarado.
REVISORA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Mazatenango, 13 de mayo de 2017
Sol. L.C.C. N. 02-2017

Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano
Director
Centro universitario de Sur Occidente
-CUNSUROC-
Mazatenango, Such.

Respetable Director:

Basada en el dictamen favorable del REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN, titulado:comunicación **"Fortalecimiento de la Comunicación interna y externa, para el canal REGION MÁS de Coatepeque en el Municipio de Quetzaltenango"**, elaborado por el estudiante Periodista Profesional **Rosa Elisa Perez Escobar, Carne 200941567,** de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la comunicación del plan fin de semana del CUNSUROC.

De conformidad con lo establecido en el articulo 5, del **"Normativo Especifico para la Ejecución del Trbajo de Graduación, de la Carrera de Licencitura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Sur Occidente- CUNSUROC-"** se adjunta el trabajo de graduación completo, incluyendo una copia del dictamen respectivo, para su conocimiento, solicitándole el IMPRÍMASE del mismo, para que pueda proseguir el trámite respectivo para el Acto Público de Graduación, previo a obtener el titulo de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular me suscribo de usted,

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

MSc. Paola Marisol Rabanales
Coordinadora de las Carreras de Periodista Profesional y Licencitaura en Ciencias de la comuicacion, Plan Fin de Semana
CUNSUROC

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR OCCIDENTE
MAZATENANGO, SUCHITEPEQUEZ
DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO

CUNSUROC/USAC-I-02-2017

DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUROCCIDENTE, Mazatenango, Suchitepéquez, veintidós de mayo de dos mil diecisiete.----------

Encontrándose agregado al expediente el dictamen del Revisor de Carrera, SE AUTORIZA LA IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN: **"FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, PARA EL CANAL "REGIÓN MÁS" DE COATEPEQUE, QUETZALTENANGO",** de la estudiante: **Rosa Elisa Pérez Escobar**, carné No. **200941567** de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano
Director

CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR OCCIDENTE
DIRECCION
U.S.A.C. Mazatenango

/gris