

INFORME FINAL DEL EXAMEN COMPLEXIVO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**ELABORACION DE GUION PARA SPOT PUBLICITARIO PARA LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTB**

AUTOR:

PRISILA JAZMIN RODRIGUEZ MUÑOZ

TUTOR:

MSC. LETICIA AURORA BECILLA GARCIA

BABAHOYO – LOS RIOS- ECUADOR

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico a mi familia ya que son mi pilar fundamental, gracias a ellos he podido salir adelante porque ellos no solamente me dieron la vida sino también la oportunidad de prepararme y luchar por mis sueños. Siempre fueron mi apoyo incondicional, cuando sentía que ya no podía seguir más, ellos me dieron esa fortaleza y esa esperanza de que aun nada está perdido y que la vida es dura, pero con esfuerzo y dedicación todo es posible. Gracias por ser como son porque su presencia y persona me han ayudado a construir y forjar la persona que ahora soy.

Es mi deseo como sencillo gesto también dedicarle este trabajo a mi amado esposo ya que ahora más que nunca me ha estado apoyando en todo momento, gracias por su amor permanente, cariño y comprensión.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por haberme brindado la oportunidad de vivir, y por haberme dado esa fortaleza y esa fuerza para seguir luchando y no darme por vencida fácilmente.

Agradezco a mis padres que siempre fueron mi apoyo cuando más lo necesité. A mis hermanos Yuly Rodríguez y Marcos Rodríguez que me apoyaron de una otra manera, me animaron con su buena vibra y motivación, a mis cuñados los que fueron un apoyo fundamental en la elaboración de mi proyecto.

Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes que he logrado concluir con éxito un proyecto, que al principio podría parecer una tarea inalcanzable, agradezco a todas esas personas de bien, personas que ofrecen amor y bienestar.

RESUMEN

El guion literario es aquel que contiene una narración para ser firmada, en la que se especifican diálogos de personajes, tiempo, escenario, sonido, planos, etc. La historia que se narra en ella es de manera en que el lector del guion le resulte visible y entendible tanto para un productor y un director para llevarlo a la realidad a través de la pantalla.

Es importante destacar que para escribir un guion hay que tener las ideas claras sobre lo que se va a tratar, llevar la información en orden y cumplir con los objetivos planteados para la transmisión del mensaje que se quiere dar.

Es por esto que a través de la observación y entrevista se realiza un guion publicitario para la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde se analizan propuestas anteriores y se elabora una nueva propuesta a partir de las necesidades actuales de la carrera para dar a conocer el perfil de egreso de un estudiante de la misma y de esta manera demostrar las capacidades de sus alumnos en el ámbito profesional.

palabras claves

- 1.- Guion literario
- 2.- Spot publicitario
- 3.- Comunicación Social
- 4.- Universidad Técnica de Babahoyo

ABSTRACT

The literary script is one that contains a narration to be signed, in which dialogues of characters, time, stage, sound, plans, etc. are specified. The story that is told in it is so that the reader of the script is visible and understandable for both a producer and a director to bring it to reality through the screen.

It is important to emphasize that to write a script you have to have clear ideas about what is going to be treated, bring the information in order and meet the objectives set for the transmission of the message you want to give.

That is why, through observation and interview, an advertising script for the social communication career of the Technical University of Babahoyo is made, where previous proposals are analyzed and a new proposal is prepared based on the current needs of the career to publicize the profile of a student's graduation from it and thus demonstrate the abilities of their students in the professional field.

key words

- 1.- Literary script
- 2.- Advertising spot
- 3.- Social communication
- 4.- Babahoyo Technical University

INDICE

DESARROLLO	8
JUSTIFICACIÓN	8
Objetivo general	8
SUSTENTOS TEORICOS	9
El guion	9
Guion cerrado o guion abierto	9
Ejemplo de guion	10
Estructura de guion	10
Planteamiento	11
Desarrollo o nudo	11
Desenlace	11
Spot audiovisual	12
Universidad Técnica de Babahoyo	13
Metodología	15
Técnicas aplicadas	16
Conclusión	17
Recomendaciones	18
Bibliografía	19
Anexos	20

INTRODUCCIÓN

La elaboración de un guion literario es de suma importancia para la realización de un spot audiovisual, enmarcando las sub líneas de comunicación digital en los ciudadanos.

En el presente proyecto se dará a conocer la importancia que tiene la realización de un guion publicitario, y además se explicará cómo realizar un guion, su estructura y su finalidad. Cabe recalcar que un guion literario contiene diversas instrucciones y es útil no solo para realizar un spot audiovisual sino también para la elaboración de comerciales y publicidades.

.

Se conocerá la utilidad de un guion literario, para que las personas que participen en la producción del mismo tengan todos los detalles de lo que se quiere mostrar a un espectador a través de un audiovisual tanto en el mensaje como en la realización del mismo.

De esta manera a través de entrevistas se conocerá los detalles importantes a escribir un guion para la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo teniendo como referencia spots audiovisuales anteriores realizados por estudiantes de la misma carrera.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realizó con el afán de promocionar y hacer notar la honorable institución de Educación Superior como lo es la Universidad Técnica de Babahoyo UTB, es necesario el uso de múltiples plataformas de comunicación informáticas de la actual era en comunicación como lo son las redes sociales y siendo así el consecuente uso de los spots o videos promocionales basado en los debidos alineamientos para su elaboración, es decir desde un concreto y básico guion hasta obtener una mejora en el que precisamente se denote los resultados de la formación académica de la carrera de Comunicación Social con alta calidad y calidez.

Con el objetivo de mejorar la calidad de los paradigmas existentes en la carrera, es decir lanzar un producto audiovisual de elegancia a la altura de lo que un espectador actual está acostumbrado a observar, consiguiendo así que el espectador interactúe de forma indirecta al observar el resultado y así lograr divulgar la Alma Mater de la provincia de Los Ríos.

De esta manera destacamos la importancia del guion, para la preparación literaria del rodaje el cual debe que ser claro, directo y comprensible, generando un mayor grado de entendimiento hacia la audiencia considerando la cantidad de público al que se dirige; permitiendo grabar con facilidad de instrucciones, ya que por medio del guion (texto, imágenes, sonidos, tiempo, etc) hemos podido realizar el spot publicitario sin complicaciones.

Siendo así se obtendrá un trabajo de alta calidad, dejando muy en claro la alta estirpe en el grado de educación de La Universidad no solo la región vera estos resultados si no también el país, mostrando que el guionista es fundamental en los procesos al realizar un spot de calidad enfocado en promocionar la entidad.

Objetivo general

- Desarrollar un guion publicitario para la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

SUSTENTOS TEORICOS

El guion

Toda producción audiovisual comienza con la elaboración de un guion. De forma general podemos decir que se trata de la forma escrita de proyecto audiovisual y describe los contenidos y los elementos necesarios para la ejecución de la película o el programa de televisión, spot, publicidades, etc. En el guion también se utiliza gráficos para representar lo que se quiere decir.

Cuando el equipo de producción tiene la responsabilidad de crear una pieza audiovisual, el primer paso después de la idea es la redacción de un guion ya que éste permite presentar la propuesta del desarrollo de un spot de manera escrita. El guion debe ser escrito con palabras precisas y sencillas.

Antes de redactar el guion se debe analizar las pautas, es decir los objetivos, el target, el posicionamiento y el tipo de comunicación que requiere el cliente.

Si en la realización de un guion literario no existe una buena redacción se podría decir que no está bien realizado el trabajo, ya que otro punto fundamental en la realización de un guion es tener una buena redacción de lo contrario habría que reescribir nuevamente.

Es importante que antes de realizar un guion literario tengan bien definido las ideas sobre lo que se va a realizar, además de eso llevar un orden cronológico para así al momento de grabar no se dificulte, ni se vuelva tedioso.

Guion cerrado o guion abierto

Realizar la escritura del guion literario es lo más difícil. Si es demasiado "cerrado" anula la espontaneidad del rodaje. Si es demasiado "abierto" puede haber dispersión.

el director es el encargado de encontrar un punto de equilibrio y sobre todo buscar los lugares de filmación, una de las ventajas que contiene el guion literario es que se la puede reescribir ya que se mantiene abierta hasta el final, dando posibilidad de hacer cambios.

Ejemplo de guion

Autor: Federico Fernández diez

Guion literario:

Escena 1: INTERIOR – DORMITORIO – DÍA

(ARRANCA MÚSICA DE FONDO)

Se ven unas zapatillas negras al lado de un amplificador y una guitarra. Pisa el pedal con el pie. Se levanta una guitarra.

Escena 2: EXTERIOR – PARQUE - DÍA

Se ven unas zapatillas en una tabla longboard, pateando en un parque.

Escena 3: EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Se ven 3 pares de zapatillas bailando sincronizadamente.
Luego se ven a las tres chicas bailando.
Se vuelven a ver las zapatillas bailando.

Escena 4: EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Se ven 4 pares de zapatillas en fila, luego se ve a los amigos sentados mirando a otro andando en bicicleta, haciendo trucos.

Escena 5 INTERIOR – SUBTE – DÍA

Se ve un par de zapatillas sobre un skate, esperando el subte. El tren llega y se ve como caminan hacia él.

Escena 6 INTERIOR – ESTUDIO – DÍA

Se ve en un banco una chica vestida de bailarina poniendose un par de zapatillas.

Escena 7 EXTERIOR – PARQUE – DÍA

Se ve un par de zapatillas saltando que caen al suelo.

Funde a negro, sale logo y eslogan.

Estructura de guion

La estructura es el elemento más importante del guion. Sin una estructura no hay historia y sin historia no hay guion. Para que haya una buena estructura de un guion tiene que estar tan integrada en la historia, es decir la estructura tiene que tener una base fuerte y sólida.

Es de fundamental importancia que el guion contenga una buena estructura, es decir que la historia que se vaya a realizar este bien planteada y sin errores. Un guion funciona en conjunto, No se puede cambiar una parte del guion porque se desacoplaría el trabajo, es por eso que reescribir es un proceso que exige mucha atención, el guion es un proceso que contiene su principio, su medio y afortunadamente su final.

Para escribir o reescribir un guion es importante encontrar una estructura sólida que soporte la historia. Es decir, tratar de buscar la manera que contenga forma y sobre todo que sea clara, concisa y precisa. En otras palabras, es tratar de llegar a la audiencia de tal forma que los espectadores se vean envuelta en ella.

Un guion contiene una historia por lo que está formada por distintas partes: los personajes, la trama, la acción, el diálogo, las escenas, las secuencias, los incidentes, los acontecimientos, etc.

Planteamiento

El planteamiento se presentan los personajes, tiene una misión que cumplir o tiene un problema, deseo o necesidad que le obliga a actuar.

Desarrollo o nudo

En el desarrollo el personaje intenta conseguir su objetivo por todos los medios, por lo que se encuentra siempre envuelto en un conflicto con algo o alguien que se interpone en su camino. En este suceso se desvía del camino el personaje, agravando la situación lo que hace dudar su final.

Desenlace

El clímax de la historia en la que, de una u otra manera, concluye la trama y finaliza la historia, la misma que tiene planteamiento, desarrollo y desenlace, cada una de estas historias definen al relato como consecuencia.

Spot audiovisual

Se considera el spot audiovisual como una pieza audiovisual de breve duración por lo que oscila entre 10 segundos y los 60 segundos, el objetivo del spot es incitar al consumo de un producto o servicio hacia la comunidad o contribuir a la creación de una imagen que destaque aquellas cualidades que el anunciante pretende transmitir al cliente.

Para (Pérez, 2017) el objetivo del spot publicitario es claro “sus características principales están en persuadir el receptor, ser orientado a que el consumidor potencial compre tal producto o se capacite de una información”

Mediante el spot publicitario se puede llegar a la audiencia, pero siempre y cuando se realice un buen trabajo.

Gracias al avance tecnológico que se ha ido dando, se ha facilitado el trabajo para muchos medios ya que a través de un spot audiovisual la audiencia puede conocer los productos o los avances de lo que se va a estrenar, además de eso por medio de un spot podemos realizar publicidades.

Se ha destacado una gran importancia en el guion literario, ya que por medio del guion se puede realizar un spot sin dificultades, pero lo mejor de todo es que se lo puede realizar en menos tiempo.

Uno de los objetivos principales del spot es el de captar la atención del receptor en un corto tiempo. Puesto que el spot dispone de una duración de 20 a 60 segundo máximo.

Cómo vender una idea de spot publicitario

La planificación es el primer paso de todo proceso, Es importante definir los objetivos y saber realmente a dónde se quiere llegar, es decir teniendo los objetivos bien definidos se sabrá lo que se quiere lograr. En este caso nuestro objetivo es lograr satisfacer a los clientes en función al margen de error. Aplicando las nuevas tecnologías se podrá lograr un mayor impacto y así no solamente vender una idea, sino también mantener al cliente fijo.

Universidad Técnica de Babahoyo

Historia de la Universidad Técnica de Babahoyo

El 5 de octubre de 1971 fue fundada la Universidad técnica de Babahoyo. Su primer rector fue el Vicente Vanegas López, y vicerrector el Edgar Aguirre. Hasta entonces funcionaba en Babahoyo una extensión de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, cuyos primeros alumnos acababan de graduarse de profesores de segunda enseñanza, unos en Literatura y Castellano y otros en Historia y Geografía.

Estos alumnos junto a los de agronomía, fortalecieron la lucha para la creación de la nueva Universidad, tanto que luego se convirtieron en los primeros graduados, pues de la laica pasaron a ser el quinto año en la UTB.

Las primeras clases se dictaron en escuelas cuyos directores prestaron gentilmente sus aulas y también en el Centro Comercial “Guillermo Baquerizo Jiménez”. Luego se empezaron a construir los edificios para la nueva universidad al noreste de la ciudad, en la Vía Flores.

Poco a poco la Universidad Técnica de Babahoyo fue creciendo y posicionándose en la sociedad fluminense. Sus dos primeras facultades se convirtieron en el motor generador del

desarrollo y progreso de la región, pues de todas partes de la costa y de la sierra venían alumnos a prepararse para ser profesionales que sirvan a sus pueblos.

Historia de la Carrera de Comunicación Social

La escuela de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo fue creada en 1990 con el programa de comunicación.

Comunicación social es una carrera que prepara a sus egresados para afrontar la cambiante realidad del entorno laboral. Nuestros estudiantes cuentan con los mejores recursos humanos y tecnológicos para desarrollar sus habilidades en las áreas de aplicación de la comunicación.

Nuestros profesores de tiempo completo están formados con títulos de especialistas y magísteres, algunos de ellos pertenecen a redes académicas e investigativas.

La Facultad de Ciencias de la Educación comenzó funcionando con las siguientes especializaciones. Filosofía y ciencias sociales, historia y geografía, física y matemática. Psicología educativa, ciencias naturales, habilitación pedagógica pasando a denominarse como comercio y administración.

Formación académica del comunicador social

El objeto académico de la formación profesional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación es la práctica social de la comunicación, entendida como la transformación del significado de la realidad a través de la mediación discursiva dentro del marco de proyectos y propósitos sociales concretos. Concebida así, la comunicación no se reduce a la actividad de los medios masivos de comunicación, ni se circunscribe a la producción técnica de mensajes.

Objetivo general del comunicador social

El objetivo de la carrera de comunicación social es de formar profesionales de la comunicación con conocimientos teóricos, prácticos, axiológicos, epistemológicos e investigativos, adaptándolos en el contexto cultural, para gestionar los procesos comunicacionales.

Misión y visión de la Carrera de Comunicación Social

Misión

Formar profesionales y académicos, líderes y emprendedores con valores éticos y morales con conocimientos científicos y tecnológicos que promuevan la investigación, transferencia de tecnología e innovación y extensión de calidad, para contribuir en la transformación social y económica del país.

Visión

Ser líder y referente en la transformación humanista, investigación e innovación de la educación superior en América Latina.

Metodología

El presente estudio de caso es cualitativo como lo indica (Icompte, 1995) La investigación cualitativa podría entenderse como una “categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevista, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audios y videos cassettes, registros escritos de todo tipo, fotografiado, película y artefactos “ para esta autora la mayor parte de los estudios cultivados están preocupados por el entorno de los acontecimiento, y centran su indignación en aquellos contextos naturales, o tomados tales y como se encuentran, más que contruidos o modificados por el investigador.

Se utilizó este método como forma rápida de llevar a cabo una investigación corta pero certera ya que se evidencio a lo largo del proyecto, por otro lado, se ha podido determinar que el spot audiovisual ha sido la mayor forma para recoger información para el respectivo trabajo, se recolecto todo el contenido necesario para el tema, y a la vez se hizo un análisis y la relación entre diferentes tipos de información.

Técnicas aplicadas

Como técnicas aplicadas se ha realizado la observación y la entrevista. La observación como lo indica (gonzales Rios, 1997)

“La observación es uno de los procedimientos que permiten la recolección de información que consiste en contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida de un objeto social. Alude, por tanto, al conjunto de ítems establecidos para la observación directa de sucesos que ocurren de un modo natural. Esta definición implica dos consideraciones principales: en primer lugar, que los datos se recogen cuando ocurre el suceso, sin que ello implique la imposibilidad de que sea grabado o recogido para su posterior análisis; en segundo lugar, significa que el suceso no es creado, mantenido o finalizado exclusivamente para la investigación, ya que entonces estaríamos hablando del denominado método experimental.”

Para llevar a cabo la realización de este proyecto se utilizó esta técnica para evidenciar detalladamente el trabajo que otras personas realizaron en base al mismo tema para tomar como referencia qué realizar al momento de escribir el guion. Para ello se tomó como referencia el trabajo de Kevin Mesa graduado de la carrera de comunicación social, había realizado spot publicitario sobre las cualidades de la carrera por lo que elaboro un guion técnico para llevar a cabo el proyecto, así mismo se tomó como referencia el trabajo de Aurelio graduado de la carrera

de comunicación social quien había realizado spot publicitario sobre la carrera por lo que había elaborado un guion literario para la realización del spot, con estos dos trabajos se pudo llevar a cabo la propuesta del guion para la publicidad de la carrera. Antes de llevar a cabo un proyecto es importante observar alrededor, el entorno la relación de cada individuo respecto al lugar y la situación en relación a la actitud que lleve el caso que se va exponer, también a otras personas haciendo un trabajo comparativo para estar seguro de hacer la mejor versión de varias formas de proyectos que ya se han hecho, y así llegar a tener más claro lo que vamos hacer y como lo vamos hacer.

Así mismo se realizó la entrevista que según (Rio, 1997) sirve como procedimiento científico para la recolección de datos, la entrevista hace referencia al proceso de interacción donde la información fluye de forma asimétrica entre dos roles bien diferenciados, de los que uno pregunta y el otro responde.

Se utilizó este método para saber cuáles eran los requerimientos de la carrera, es decir que es lo que necesitamos plasmar en el guion literario para poder realizar el spot. Y así poder tener clara la idea de la realización del guion, para ello se entrevistó a la Master al Master Daniel Lemos, con dicha información se pudo recolectar datos para complementar la propuesta para el spot publicitario.

Conclusión

En todo este arduo proceso que se ha llevado a cabo al desarrollar este proyecto se ha podido determinar la gran importancia de realizar un guion literario, teniendo en cuenta cada uno de los parámetros a los cuales se acopla en el inicio nudo y desenlace. Así mismo la ejecución del spot audiovisual, considerando el gran público al que se le podría llegar a presentar este audiovisual

buscando ser lo más claros y preciso al momento de dejar presente el tema con el cual se ha de identificar la audiencia.

A lo largo del desarrollo de este proyecto se aprendió de personas que han avanzado con el paso de los años, en el ámbito de comunicación social siendo un proceso enriquecedor a nivel profesional por lo que se ha logrado aprender de una manera eficaz y continua, gracias a los conocimientos adquiridos se me ha facilitado realizar un guion para spot publicitario.

Se ha llegado a la conclusión de que un guion literario es de suma importancia para todo trabajo, además de eso las entrevistas fueron de gran utilidad para la realización del guion literario, se puede decir que sin un guion literario sería tedioso realizar un spot audiovisual por lo que es sumamente fundamental realizar un guion, teniendo en cuenta todos los parámetros que conlleva la misma. Es bueno realizar el guion, pero también hay que saber llevarlo a cabo, porque si no se lleva bien el trabajo y con su debido orden no se podría grabar un buen spot, por lo que habría de reescribir el guion.

Recomendaciones

Antes de finalizar este proyecto deseamos sugerir algunas recomendaciones en base a los resultados.

Cabe resaltar la gran importancia que tiene la elaboración de un guion literario por lo que es Fundamental para la realización de cualquier tipo de producción.

Se recomienda que se mejore la publicidad a través del spot en la carrera de comunicación social , complementando todos y cada una de las cualidades que tiene la carrera, además mostrar la capsula audiovisual no solo a los estudiantes dentro de La universidad sino también a los jóvenes del exterior que son los que más se interesan por estudiar y muchos de ellos están en duda por sobre qué carrera elegir, por medio de esta publicidad lo que se trata es de que el estudiante se interesa por elegir esta carrera.

Por otro lado, se recomienda que en la ejecución del spot audiovisual se integre un guion bien elaborado sin falencias, faltas ortográficas, entre otros factores.

Bibliografía

("manual del guionista". Syd Field.)

Villanueva, B. (2000). *La publicidad como estrategia* Margarita.

Seger, L. (2003) . como llegar a ser un guionista excelente.

Linda, S. (2003) un buen guion.

Seger, L. (2003) producción audiovisual.

Aprile, O. (2008). *La publicidad audiovisual: buenos aires*. La cirugía ediciones.

ANEXOS

ENTREVISTA

Para realizar este proyecto tuvimos la oportunidad de entrevistar al Master Daniel Lemos para la elaboración del guion literario.

1.- CONSIDERA USTED QUE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEBERÍA PROMOCIONARSE, ¿POR QUÉ?

Claro que debe promocionarse para que los nuevos bachilleres consideren a comunicación social en el abanico de opciones de carreras que ofrece UTB, ya que las carreras más conocidas son de la salud, agronomía y las que ofrece la FAFI

2.- ¿CONSIDERA USTED QUE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEBERÍA PROMOCIONARSE A TRAVÉS DE UN SPOT AUDIOVISUAL PUBLICITARIO?

Tendría que ser audiovisual porque de esta manera la carrera puede mostrar al público las herramientas con las que cuenta para satisfacer la demanda académica, además que es una ventaja para que la comunidad conozca las ventajas de nuestra carrera en el campo profesional.

3.- ¿CUALES PIENSA USTED QUE SON LOS ASPECTOS A CONSIDERARSE AL MOMENTO DE ESCRIBIR UN GUIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIO PARA LA CARRERA?.

Hay que tomar en cuenta todos los ejemplares a favor que existe en la carrera, por ejemplo, los laboratorios (radio, TV, computación), para que el futuro alumnado considere las ventajas que ofrece la universidad y la carrera de comunicación, ya que tiene elementos que están en la vanguardia académica.

4.- ¿CUÁL ES EL PERFIL DE EGRESO DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL QUE DEBERÍAN DESTACARSE EN UN SPOT AUDIOVISUAL PUBLICITARIO?

Las oportunidades en el campo laboral, los estudiantes en sus pasantías y prácticas pre-profesionales en los diversos medios de comunicación además de los profesionales graduados de comunicación de la UTB en los medios de comunicación importante en el país.

5.- ¿QUÉ RECOMENDACIONES ME DARÍA PARA REALIZAR UN GUIÓN PUBLICITARIO PARA LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL QUE PERMITA DESTACARLO EN LA CIUDAD?.

- nivel académico de docentes y estudiantes
- profesionales en áreas (ex alumnados en los medios)
- instalaciones.

GUION LITERARIO

Estudia Comunicación Social

ESC. 1 EXT. UTB. DIA

(arranca con una música de fondo suave)

Alex frente a la Universidad Técnica de Babahoyo.

ALEX

¿Quieres estudiar Comunicación Social?

Te invito a dar un paseo.

Esc 2. INT. LABORATORIO. DIA

Alex camina entre computadoras del laboratorio.

Alex

*La carrera de Comunicación Social
de la Universidad Técnica de Babahoyo
cuenta con laboratorios para
la elaboración de trabajos e investigaciones.*

Esc 3. INT. RADIO.DIA

Alex participa entre sus compañeros en la grabación de un programa de radio.

Alex

Además, cuenta con una cabina radial

para que los estudiantes

realicen sus prácticas.

ESC 4. INT. CANAL. DIA

Alex sentado frente a una cámara, entre luces.

Alex

Así como también existe

un canal de televisión

para que los alumnos puedan

defenderse al momento de estar

frente a una cámara.

ESC 5. EXT. CAMPUS UNIVERSITARIO.DIA

Alex camina en el campus de la Universidad.

Alex

La Comunicación Social

*te capacita para resolver
problemas comunicacionales.*

ESC 6. INT. AULA. DIA

Alex sentado en el salón de clases entre sus compañeros.

Alex

*Contamos con una carrera integral
que permite a los estudiantes
poder incluir en las organizaciones.*

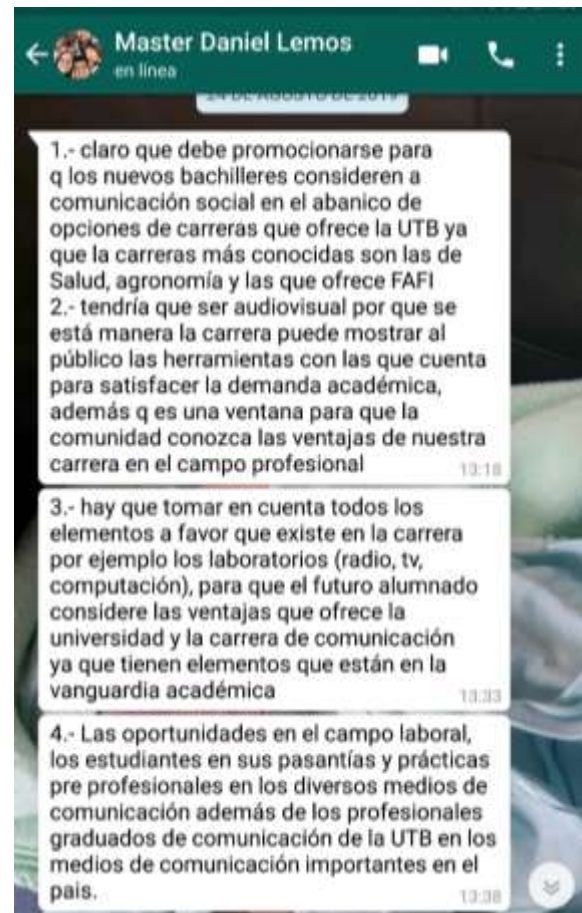
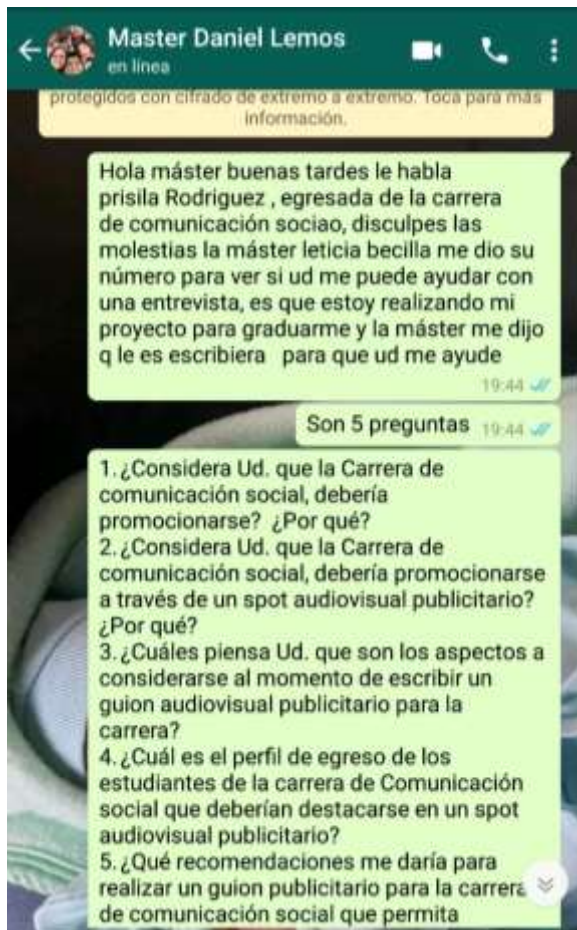
ESC 7. EXT. CAMPUS UNIVERSITARIO. DIA

Alex caminando por el campus universitario

Alex

*Por tan solo cuatro años
podrás obtener tu título universitario.*

EVIDENCIAS DE LA ENTREVISTA





Master Daniel Lemos

en línea



2.- tenera que ser audiovisual por que se está manera la carrera puede mostrar al público las herramientas con las que cuenta para satisfacer la demanda académica, además q es una ventana para que la comunidad conozca las ventajas de nuestra carrera en el campo profesional

13:18

3.- hay que tomar en cuenta todos los elementos a favor que existe en la carrera por ejemplo los laboratorios (radio, tv, computación), para que el futuro alumnado considere las ventajas que ofrece la universidad y la carrera de comunicación ya que tienen elementos que están en la vanguardia académica

13:33

4.- Las oportunidades en el campo laboral, los estudiantes en sus pasantías y prácticas pre profesionales en los diversos medios de comunicación además de los profesionales graduados de comunicación de la UTB en los medios de comunicación importantes en el país.

13:38

5.- pregunta

1.- nivel académico de docentes y estudiantes

2.- profesionales en áreas (ex alumnos en los medios)

3.- instalaciones

13:47

Muchas gracias 13:59 ✓✓

