


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

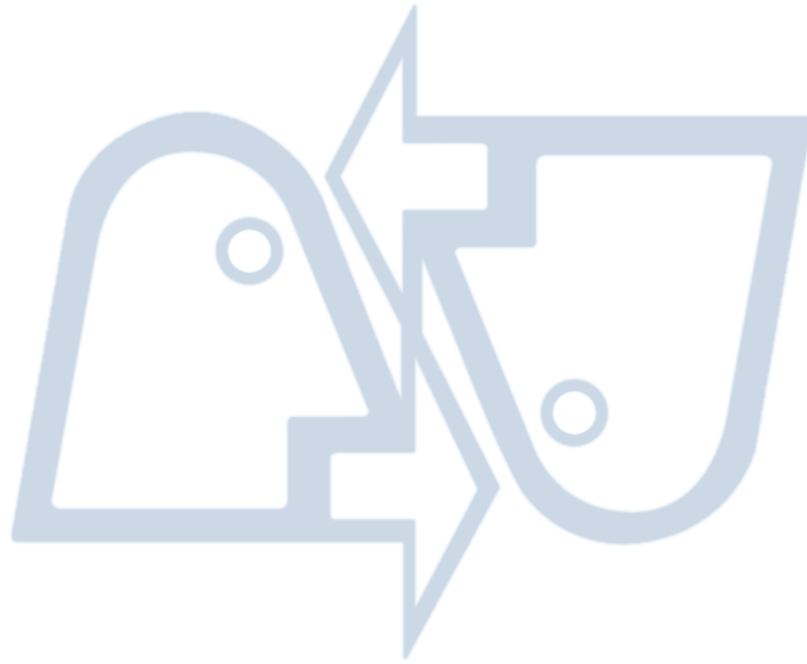
The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. Above the shield is a crown. The shield is flanked by two columns. The text "UNIVERSITAS CAROLINA ACADÉMICA COACTEMALENSIS" is written around the perimeter of the seal. The text "CETTERAS ORIS CONSPICUA" is written on the left side, and "CAROLINA ACADÉMICA COACTEMALENSIS" is written on the right side.

Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para fomentar el cumplimiento de las medidas sanitarias y de seguridad para la prevención de contagio y propagación del Covid-19 en ENAD

Edson William Alexander Bejarano Ordoñez

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



Comunicación
creando futuro

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para fomentar el cumplimiento de las medidas sanitarias y de seguridad para la prevención de contagio y propagación del Covid-19 en ENAD

Edson William Alexander Bejarano Ordoñez

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Guatemala, octubre 2020

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Edson William Alexander Bejarano Ordoñez
Carné no. 201115101
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para fomentar el cumplimiento de las medidas sanitarias y de seguridad para la prevención de contagio y propagación del Covid-19 en ENAD”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.


Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:


“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo
Supervisor



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador



M.A. Evelin Morazán Gaitán
Supervisora





Guatemala 6 de Julio del 2020
EPSL-C134-2020

Licenciada:
Malena Juárez
Escuela Nacional de Artes Dramático
ENAD
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Juárez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Edson William Bejarano Ordoñez**, carné no. **201115101** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución. Por disposiciones superiores de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



Guatemala 23 de julio de 2020
Reg. MJ/fam

Dr. José María Torres
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente.

Estimado Dr. José María Torres:

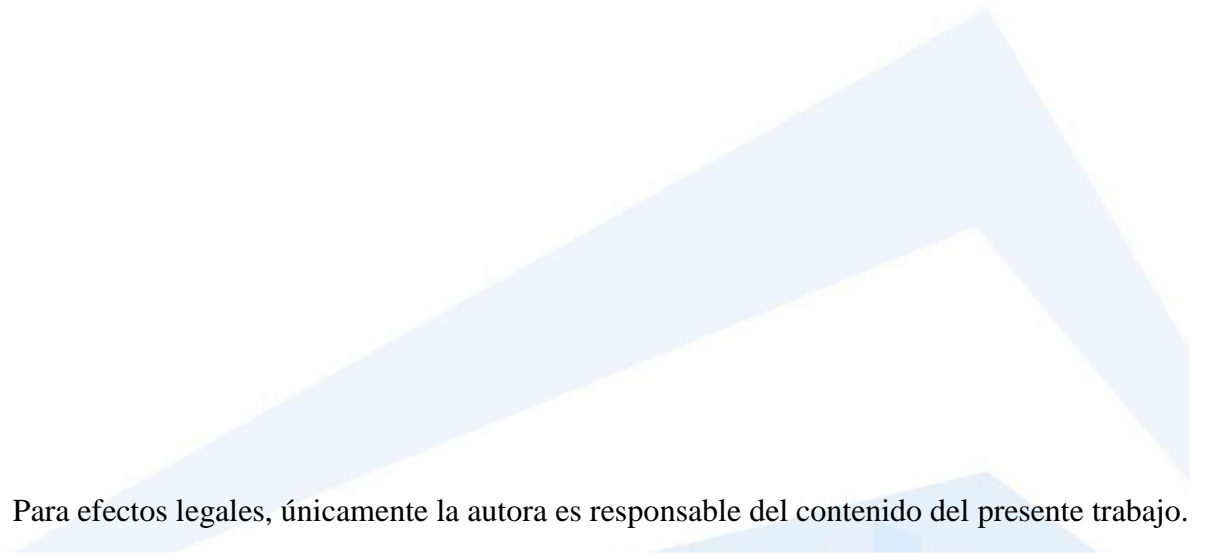
Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: Edson William Bejarano Ordoñez con Carné 201115101, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en nuestra institución ENAP. Debiendo cumplir con una Estrategia de Comunicación Interna o Externa de manera virtual, finalizando el proyecto en la primera semana de septiembre.

Sin más por el momento reciba un cordial saludo de nuestra parte.

Atentamente,


Licenciada Marylena Jerez
Directora en Funciones ENAP





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

Dedicatoria

A mi madre: Por darme la vida y brindarme su apoyo incondicional en todo momento y ser el motor que me motiva a no darme por vencido en las circunstancias más difíciles.

A mis hermanos: Por sus consejos y el apoyo que me brindaron a lo largo de esta etapa en mi vida.

A mis sobrinos: Por su cariño y por ser la motivación para mejorar día a día y ser un buen ejemplo.

A mis amigos: Por su amistad, apoyo, ánimos para seguir adelante y no rendirme en la lucha por lograr esta meta.



Agradecimientos

A la Universidad de San Carlos de Guatemala

Por ser mi casa de estudios y por los conocimientos brindados durante la carrera.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por proporcionarme las herramientas para forjarme profesionalmente.

Al Dr. José María Torres

Por el apoyo brindado durante la realización del proyecto y haber compartido sus conocimientos para la culminación del mismo.

A la Master Evelyn Morazán

Quien fue pieza fundamental para alcanzar este logro, por el apoyo brindado desde el día uno del EPS y por aconsejarme durante la realización del proyecto.

A la Licda. Brenda Chacón

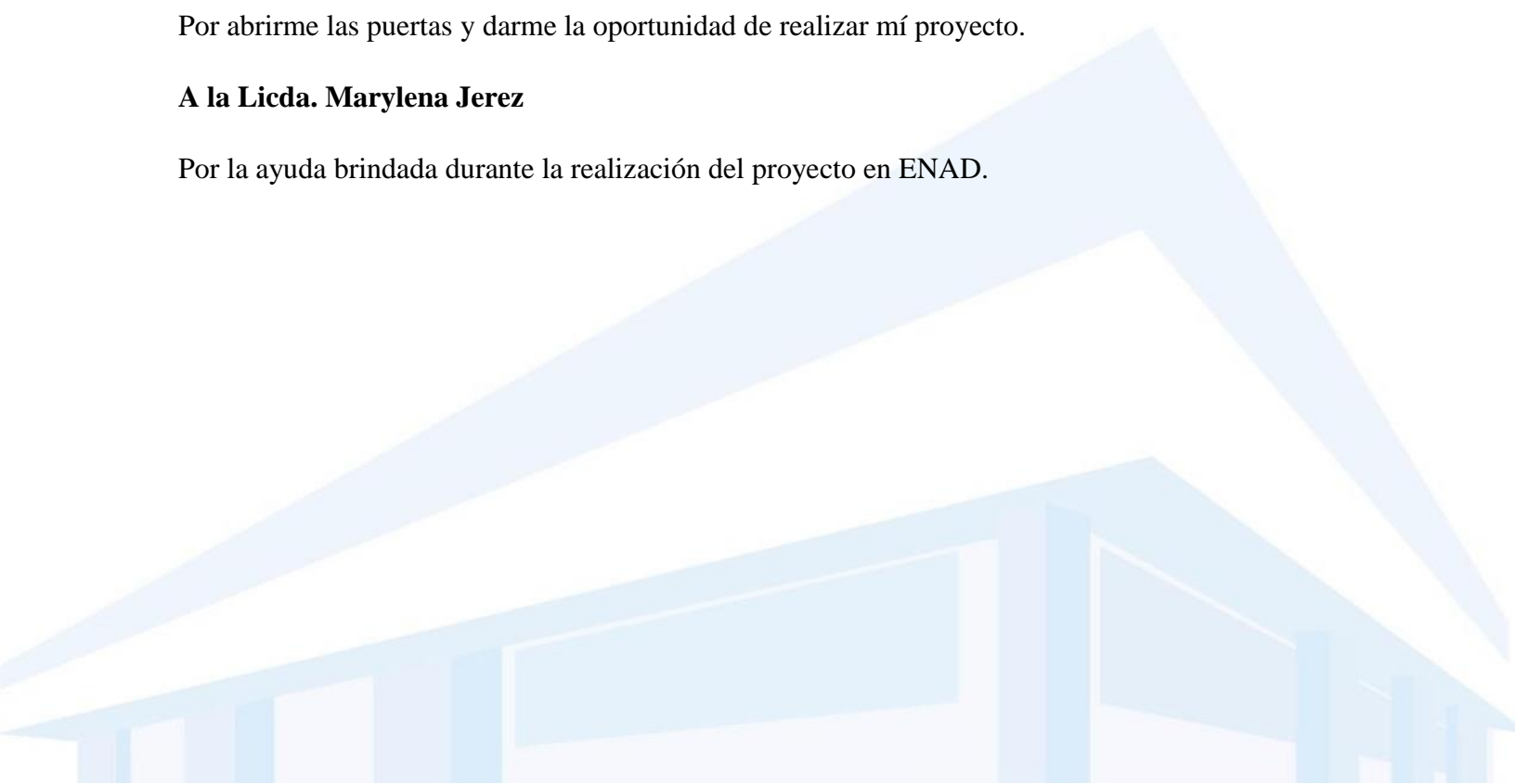
Por compartir sus conocimientos, dedicación, profesionalismo y por guiarme en el camino correcto para la realización del proyecto.

A la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD-

Por abrirme las puertas y darme la oportunidad de realizar mi proyecto.

A la Licda. Marylena Jerez

Por la ayuda brindada durante la realización del proyecto en ENAD.



Índice

I.	Introducción	i
II.	Antecedentes	ii
III.	Justificación	iv
	Capítulo 1	1
1.	La institución	2
1.2	Perfil institucional	2
1.3	Ubicación geográfica	2
1.4	Integración y alianza estratégica	2
1.5	Origen e historia	2
1.6	Departamentos o dependencias	3
1.7	Organigrama	4
1.8	Misión	5
1.9	Visión	5
1.10	Público objetivo	5
1.11	Diagnóstico	5
1.12	Objetivos del diagnostico	6
1.12.1	Objetivo general	6
1.12.2	Objetivos específicos	6
1.13	Técnica de recolección de datos	6
1.13.1	Observación	7
1.13.2	Documentación	8
1.13.3	Entrevista	8
1.14	FODA	10
1.15	Problemas detectados	11
1.16	Planteamiento del problema comunicación	11
1.17	Indicadores de éxito	11
1.18	Proyecto a desarrollar	12
	Capítulo 2	13
2.	Plan estratégico de comunicación de la enad	14
2.1	Descripción técnica de la estrategia del proyecto	14
2.2	Objetivos de la estrategia	16
2.2.1	Objetivo general	16
2.2.2	Objetivo específicos	16
2.3	Misión	16
2.4	Visión	17
2.5	Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicara	17
2.5.1	Comunicación	17

2.5.2	Comunicación interna	17
2.5.3	Comunicación externa	19
2.6	Alcances y límites de la estrategia	21
2.7	Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	21
2.8	Actividades para la operatividad de la estrategia	22
2.8.1	Propuesta 1	22
2.8.2	Propuesta 2	23
2.1.1	Propuesta 3	24
2.9	Cronograma	25
2.10	Financiamiento	25
2.11	Presupuesto	26
2.12	Beneficiarios	26
2.13	Área geográfica de acción	26
2.14	Cuadro comparativo de la estrategia	27
Capítulo 3		28
3.	Informe de la ejecución	29
3.1	Nombre de la ejecución de estrategia 1	29
3.2	Nombre de la ejecución la estrategia 2	32
3.3	Nombre de la ejecución de la estrategia 3	34
3.4	Programación y calendarización:	41
Conclusiones		43
Recomendaciones		44
Referencias		45
VII	Anexos	46

I. Introducción

El documento presente contiene un diagnóstico y plan de comunicación de la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” -ENAD- que servirá para crear un plan estratégico de comunicación interna para en el que se presenta un plan de ejecución con sus respectivas estrategias para fortalecer la comunicación interna dentro de la institución durante la situación de pandemia a causa del COVID-19.

El tomar las prevenciones necesarias para evitar el contagio y la propagación del COVID-19 es vital y sobre todo en una institución académica en donde se manejan grupos de estudiantes, por lo que se realiza una estrategia para motivar a que se cumplan y sigan las medidas establecidas dentro de la institución una vez se retome el ciclo escolar en las instalaciones.

Es también importante utilizar los recursos digitales para mantener informados a los colaboradores y brindarles apoyo para fortalecer su desempeño durante el tiempo que se encuentren realizando sus actividades fuera de las instalaciones.

La salud mental ha sido fuertemente afectada durante el confinamiento debido a la emergencia sanitaria actual y el distanciamiento social, por lo que brindar apoyo y sugerencias de distracción es de suma importancia durante tanto para el personal docente como para los estudiantes de la Escuela.

El mantenerse en contacto por medio de canales alternativos de comunicación genera una situación de confianza y le da un valor agregado a las relaciones interpersonales entre la institución, sus colaboradores y alumnos.

II. Antecedentes

La Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” (ENAD) funcionaba como una dependencia de la Dirección General de Cultura y Bellas Artes del Ministerio de Educación en 1,957. Desde su fundación hasta 1960, fue dirigida por el Director chileno Domingo Mihovic Rajcevis, quien también fue el fundador de la misma. Fundamentó con un pensum de tres años que comprendía materias relacionadas específicamente con la técnica teatral, aunque este no contaba con reconocimiento oficial.

En el país existen varias escuelas de Teatro que cuentan como la Universidad Popular (UP) que presenta obras de teatro constantemente y ofrece diversidad de diplomados en distintas ramas de arte sin un límite de edad. Escenarte, también cuenta con clases para jóvenes y adultos, teniendo como objetivo principal el formar actores actualizados y capacitados para participar en todas las áreas de la actuación y teatro.

Sin embargo, éstos no cuentan con el aval del Ministerio de Cultura y Deportes por lo que no les es posible extender títulos a nivel medio, siendo así la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” la única en el país en poder otorgar título a nivel medio dentro de las artes teatrales.

En el año 2017 se realizó un Plan de Comunicación interna y externa para Redes Sociales de la Escuela Nacional de Arte Dramático "Carlos Figueroa Juárez" -ENAD- por la Licenciada Alma Manuela Castro Gómez, el cual tiene como objetivo fortalecer la comunicación interna y externa, colocando una imagen estratégicamente en las instalaciones para el buen funcionamiento de la comunicación tanto interna como externa, orientar el área de redes sociales y su utilización como canal de información.

Sus principales conclusiones fueron: Una estrategia de comunicación digital y visual fortalece los lazos entre el público interno y externo, aprovechando la identidad de la Escuela y una estrategia de comunicación integral fortalecerá las relaciones interpersonales entre los miembros de la institución. “Se innovo la imagen institucional lo cual le dio otra expectativa a la comunicación interna y externa.” (Gómez, 2017)

Actualmente la parte cultural en el país se ha visto afectada por la pandemia que se vive mundialmente a causa del COVID-19, que es una enfermedad respiratoria aguda, a veces grave, causada por un nuevo coronavirus SARS-CoV2 y ya que la transmisión de persona a persona se produce a través del contacto con secreciones infectadas, principalmente a través

del contacto con gotitas respiratorias, pero también podría ocurrir a través del contacto con una superficie contaminada por gotitas respiratorias. Se han tomado distintas disposiciones en cada país para prevenir la propagación del virus, principalmente la cuarentena.

El 31 de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud de Wuhan en Hubei, China notifica acerca de un conglomerado de casos de neumonía en la ciudad. Posteriormente se confirmó que eran causados por un nuevo coronavirus y el 12 de enero de 2020, se hace pública la secuencia genética del virus causante del COVID-19.

“La OMS ha evaluado este brote durante los últimos días y estamos profundamente preocupados, tanto por los niveles alarmantes de propagación y gravedad, como por los niveles alarmantes de inacción. Es por ello que hemos decidido decretar el estado de pandemia” (Adhanom, 2020)

En Guatemala, con el fin de fortalecer el plan de prevención se firma en Consejo de Ministros el decreto 5-2020, que resuelve Estado de Calamidad Pública en todo el territorio nacional. Teniendo como consecuencia la suspensión de actividades laborales tanto en el sector público como privado, el cierre de lugares de recreación, centros comerciales, prohibición de actividades culturales, deportivas y religiosas, entre otras restricciones.

Dichas disposiciones han golpeado fuertemente La Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” -ENAD- ya que les ha visto obligados a cerrar las instalaciones y buscar alternativas para mantenerse a flote al mismo tiempo en que afrontan la pandemia sin perder el sentido de la responsabilidad social que tienen para garantizar la seguridad tanto de sus colaboradores como la de sus estudiantes.

III. Justificación

En la actualidad todos los centros educativos se han visto afectados por la situación de pandemia a causa del COVID-19 ya que las clases presenciales han sido interrumpidas, por lo que el reforzamiento de comunicación interna tanto con los maestro y alumnos es de suma importancia para que la misma sea fluida, completa y bidireccional.

ENAD es una escuela que forma parte del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala que está enfocada en el arte dramático, en donde los estudiantes se preparan para ser profesionales que apoyen el desarrollo guatemalteco culturalmente, en Guatemala, el sector cultural ha sido uno de los más afectados por las restricciones impuestas por el Gobierno.

Sin embargo, ENAD tiene el gran compromiso de velar por el bienestar de los estudiantes, colaboradores y demás personas por lo que es necesario desarrollar estrategias de comunicación para que el próximo año ENAD esté preparado con los lineamientos de seguridad e higiene.

Establecer protocolos sanitarios y de seguridad es primordial, principalmente en donde se manejan grupos de estudiantes para que una vez se retomen las clases presenciales el próximo año en las instalaciones se puedan proteger unos a otros del virus.

Es necesario mantener información visible acerca de los síntomas y las medidas de seguridad necesarias para la prevención del contagio y propagación del virus, ya que son medidas vitales que se deben tomar en cualquier institución una vez ya se encuentren habilitadas.

El prevenir la propagación del virus es un deber de todos por lo que la motivación a no dejar de seguir las medidas establecidas para la prevención y el contagio debe ser primordial dentro de una institución educativa.



Capítulo 1

Diagnóstico de comunicación



1. La institución

Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD–

1.2 Perfil institucional

La Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD–, forma parte de la Dirección de Formación Artística del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala.

La ENAD es un centro académico donde se forman profesionales para el desarrollo del arte teatral en Guatemala, mediante una metodología actualizada y en interacción permanente con la realidad socio-cultural del país.

1.3 Ubicación geográfica

Interior del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, 24 calle 3-81, zona 1 Ciudad de Guatemala.

1.4 Integración y Alianza Estratégica

Dependencia perteneciente a la Dirección de Formación Artística de la Dirección General de las Artes del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala.

1.5 Origen e Historia

La Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” fue fundada el 03 de junio del año 1,957 por el Director chileno Domingo Mohovic Rajcevis, comúnmente conocido como Domingo Tessier, con el objetivo de formar artistas en actuación, dramaturgia, dirección y producción. La escuela es un centro de educación a nivel diversificado dependiente del Ministerio de Cultura y Deportes del Gobierno de Guatemala el cual busca formar profesionales capacitados para el desarrollo del arte teatral en el país, ofreciendo un Bachillerato en Arte con especialización en actuación para jóvenes de entre 15 a 18 años de edad.

Inicialmente se le nombró Escuela Nacional de Cine, Teatro y Televisión. En 1,984 a través del acuerdo ministerial 873-1984 su nombre cambió a Escuela Nacional de Arte Dramático y posteriormente en 1,990 el nombre del maestro “Carlos Figueroa Juárez” fue agregado por acuerdo 108-90.



En sus inicios la sede de ENAD se encontraba ubicada dentro del Conservatorio Nacional de Música “Germán Alcantara” en la 3ra Avenida 4-61 zona 1 de la Ciudad de Guatemala, en 1,981 es trasladada a la 2da calle 3-09 zona 1, para posteriormente en 1,992 ser trasladada al interior del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, 24 calle 3-81, zona 1 Ciudad de Guatemala en donde se encuentra actualmente.

A partir de su fundador Domingo Tessier, ENAD ha sido dirigida por varias personalidades entre las que destacan: Alberto Martínez Bernaldo, Antonio Almorza Alpírez, Luis Rivera, Luis Tuchán y Ligia Méndez. En la actualidad la dirección general de la Escuela está a cargo de la Licenciada Marylena Jerez.

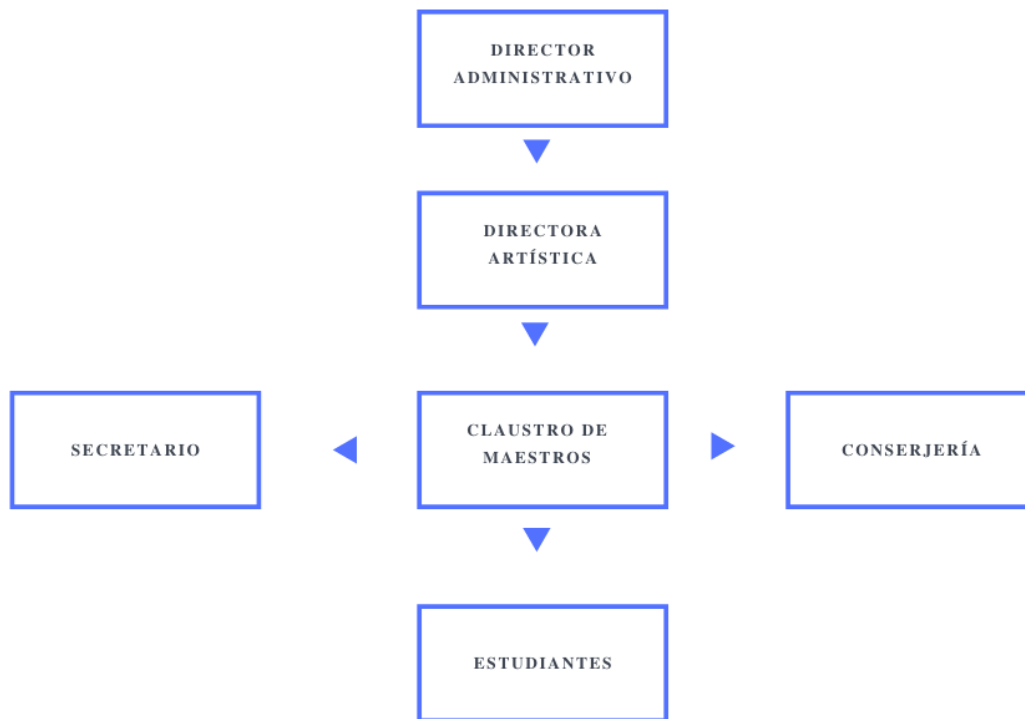
Por medio de la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez”, el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala impulsa la carrera de nuevas generaciones de productores, actores y directores de teatro, cine y televisión puesto que es la única escuela que cuenta con el aval para proporcionar un título a nivel medio en el arte teatral a través de un bachillerato que tiene una duración de tres años en jornada vespertina de lunes a viernes.

1.6 Departamentos o dependencias

- Director Administrativo
- Directora Artística
- Secretario Administrativo
- Claustro de Maestros
- Conserjería
- Estudiantes



1.7 Organigrama





1.8 Misión

Formar profesionales en las diferentes especialidades del teatro, con capacidad para responder a las necesidades de la creación artística, la educación y la gestión cultural en Guatemala, en el grado de Bachiller en Arte Especializado en Actuación o en Diseño Teatral.

1.9 Visión

La Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” -ENAD- es el ente regulador de la enseñanza teatral en Guatemala, funcionando en un espacio propio y adecuado para su creatividad, con extensión en las principales ciudades del interior y participando en eventos tanto nacionales como extranjeros mostrando lo mejor de la producción teatral guatemalteca.

1.10 Público Objetivo

Jóvenes estudiantes comprendidos en las edades de 15 a 18 años y personal docente de ENAD.

1.11 Diagnóstico

El diagnóstico es un instrumento que detalla la información necesaria para decidir cuáles serán los objetivos, mensajes y medios más apropiados antes de emprender una acción debido a que permite tener el conocimiento de la situación en la que se desea incurrir, examina antecedentes, hechos, determina la dimensión del problema y descubre problemas desconocidos. “El diagnóstico no es un fin en sí mismo, sino que es el primer paso esencial para perfeccionar el funcionamiento comunicacional de la organización.” (Meza, 2009)

Al ser el primer paso, el diagnóstico indaga en la percepción y el conocimiento de las audiencias sobre el tema que nos compete, además de identificar ciertos grupos de interés o determinar situaciones o problemas que antes no habían sido considerados y reconoce cuáles son los medios y piezas de comunicación preferidos por las audiencias.

Según (Aljure, 2015) el diagnóstico permite construir un panorama completo de la situación organizacional, en el que se identifican los factores internos y externos relevantes para solucionar un problema de comunicación. Sin el diagnóstico se corre el riesgo de ejecutar planes de acción que no permitan conducir al impacto deseado en favor de los objetivos.



1.12 Objetivos del Diagnostico

1.12.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico de comunicación interna que permita conocer bien la situación real y actual de la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” – ENAD- y el desafío que tiene ante la situación de pandemia a causa del COVID-19.

1.12.2 Objetivos Específicos

- Identificar las principales necesidades de comunicación interna que tiene la institución para realizar estrategias que permitan mejorar dicho aspecto.
- Evaluar los procesos de comunicación interna de la institución.
- Analizar los canales de comunicación utilizados por la institución durante la situación de pandemia por causa del COVID-19.

1.13 Técnica de Recolección de Datos

Es el uso de diferentes herramientas y técnicas que se pueden utilizar valiéndose de cualquier recurso para obtener la información necesaria para desarrollar la investigación. Se elabora un plan detallado que ayude a reunir los datos referentes a los conceptos y atributos de la organización.

La investigación científica en el campo de la comunicación social se puede abordar desde dos alternativas metodológicas: cualitativa y cuantitativa.

Para la realización del Diagnóstico de comunicación de la Escuela Nacional de Arte Dramático -ENAD- se utilizó un enfoque cualitativo. Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) este enfoque utiliza la recolección de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

En el enfoque cualitativo se pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Utiliza el análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación y usa la recolección de datos sin medición numérica.



1.13.1 Observación

Este método de recolección de datos consiste en observar el objeto de estudio en una situación en particular, y esta misma técnica puede adoptar diferentes modalidades:

- Según los medios utilizados o clasificación
 - a) Observación Estructurada: Se observan los hechos estableciendo de antemano qué aspectos se han de estudiar.
 - b) Observación no estructurada: Consiste en recoger y anotar todos los hechos que sucedan en determinado momento sin poseer guía alguna de lo que se va a observar.
- Según el papel o modo de la participación del observador
 - a) Observación participante: Consiste en la participación directa del observador con la comunidad, el grupo o la situación determinada.
 - b) Observación no participante: El observador permanece ajeno a la situación que ocurre.
- Según el número de observadores:
 - a) Individual: es la que realiza una sola persona, es obvio que el investigador se centra en lo que observa.
 - b) Colectiva: es una observación en equipo, puede realizarse de las siguientes maneras: todos observan lo mismo o cada uno observa un aspecto diferente.
- Según el lugar donde se realiza:
 - a) Campo: los hechos se captan tal y como se van presentando en el mismo sitio donde usualmente se encuentran o viven los sujetos estudiados. Allí se observa cómo actúa el sujeto.
 - b) Laboratorio: tiene cierto carácter experimental y comprende la observación minuciosa y detallada de un fenómeno en un sitio especialmente previsto para hacer la observación.

Para la realización del Diagnóstico de comunicación de la Escuela Nacional de Arte Dramático –ENAD- se realizó una observación directa no participativa. Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido, confiable de comportamientos y situaciones observables



1.13.2 Documentación

Para la realización del diagnóstico de comunicación de la Escuela Nacional de Arte Dramático -ENAD- se consultaron diversos documentos y sitios, tales como páginas web, libros, informes, y distintas publicaciones en redes sociales.

El tipo de investigación realizada fue documental descriptiva, de acuerdo con Tamayo (2006), comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la comprensión de procesos y fenómenos de la realidad estudiada.

1.13.3 Entrevista

Es una técnica de recolección de información de carácter cualitativo. Para la realización del Diagnóstico de comunicación de la Escuela Nacional de Arte Dramático –ENAD- se realizó una entrevista de profundidad, en esta se analiza de manera individual el discurso ya que las ideas y opiniones de quien responde son relevantes para el objeto de investigación.

Esta misma abarca un amplio número de situaciones y se pueden distinguir distintos tipos de entrevista en profundidad atendiendo distintos criterios:

La entrevista estructurada es en la cual el entrevistador plantea un orden en las preguntas que el entrevistado deberá seguir en todo momento, sin posibilidad de alterar el orden del discurso ni de introducción de preguntas que no hayan sido establecidas en el guion con anterioridad. Requiere de un alto conocimiento previo del tema.

Entrevista semiestructurada: tiene una estructura menos fija, en la que sí se puede alterar el orden de las preguntas. Sin embargo, plantea el paso obligatorio por determinados asuntos o temas que son de obligatorio cumplimiento para el desarrollo de la entrevista.

Entrevista no estructurada: bastante similar a las técnicas del Grupo de discusión, y se fundamenta en el libre discurrir del discurso respecto a un tema. Requiere de una baja información previa ya que es en el propio desarrollo en el que, de manera exploratoria, se espera consignar los elementos claves respecto al objeto de investigación.

De acuerdo con Taylor y Bogdan (1986) la entrevista de profundidad consiste en encuentros entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones tal y como las expresan en sus propias palabras.



Para la recolección de información sobre de la Escuela Nacional de Arte Dramático –ENAD– se realizó una entrevista de profundidad estructurada a la Directora de Arte Marylena Jerez, con la finalidad de conocer a fondo la situación actual de la Escuela, como opera ante la situación de emergencia e identificar la existencia de un plan para el momento en que las actividades se retomen en las instalaciones.



1.14 FODA

El FODA según (Sepúlveda, 2013) es la herramienta analítica que permite el estudio de la situación actual de una organización, institución o empresa por medio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que la caracterizan explorando los factores internos y externos para así poder planificar y realizar una estrategia encontrando tanto los aspectos negativos como positivos dentro y fuera de la organización.

FORTALEZAS

- Única escuela a nivel nacional que otorga el título de Bachiller en Arte especializado en Arte Dramático.
- Cuenta con herramientas virtuales.
- El bachillerato contiene el área científica aparte de lo artístico.
- Maestros especializados en cada área que se imparte.
- Ante la crisis sanitaria ENAD continuó con las actividades por medio de clases virtuales.



OPORTUNIDADES

- El contenido académico teatral coloca a los estudiantes al nivel de otro egresado en el exterior del país.
- Prestigio en educación teatral a nivel nacional
- Los estudiantes pueden optar a ingresar a cualquier carrera del área humanística en la universidad.

DEBILIDADES

- No cuenta con sede propia.
- No cuenta con departamento de comunicación social para la realización de estrategias de comunicación.
- Los medios digitales previamente establecidos no son aprovechados en su máxima capacidad.



AMENAZAS

- No tiene establecido un plan de comunicación interna.
- La emergencia sanitaria por situación de pandemia anate el COVID-19.
- No se han establecido un protocolo sanitario para cuando se retome el ciclo escolar en las instalaciones.



1.15 Problemas detectados

- Ante la situación de emergencia ante el COVID-19, únicamente 2 personas realizan actividad presencial en las instalaciones, por lo que aún no se ha colocado información sobre los protocolos a seguir para evitar el contagio y propagación del virus.
- Al no tener establecida una fecha para el retorno a las instalaciones, no se ha establecido un plan en el que se les informe a los alumnos y maestros sobre los protocolos a seguir una vez se retome el ciclo escolar con clases presenciales dentro de las instalaciones de ENAD.
- Al estar operando desde casa, ENAD se vio en la necesidad de utilizar canales alternativos de comunicación para continuar su funcionamiento.

1.16 Planteamiento del Problema comunicación

- El proceso de comunicación dentro de la institución ha sido afectado por la situación actual de pandemia ante el COVID-19, ya que los colaboradores se encuentran trabajando desde casa y no se han previsto los protocolos a seguir una vez se retome el ciclo escolar dentro de las instalaciones para prevenir el contagio y propagación del virus.

1.17 Indicadores de Éxito

- La Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD-, ha estado en la mejor disposición de establecer protocolos de seguridad e higiene ante la situación del COVID-19.
- Se están tomando todas las medidas necesarias y reajustar el establecimiento para que los alumnos puedan regresar de una forma segura y con los protocolos establecidos.
- La comunicación entre los colaboradores de ENAD se ha realizado virtualmente por lo que la motivación pro medio de canales alternativos de comunicación es factible.



1.18 Proyecto a desarrollar

“Estrategia de comunicación interna para fomentar la importancia de seguir las medidas sanitarias y de seguridad para la prevención de contagio y propagación del COVID-19 en ENAD”.



Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación



2. Plan estratégico de comunicación de la ENAD

La estrategia de comunicación que se plantea para el problema encontrado en la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD-, es crear un plan de comunicación interna, ya que se pretende crear contenido relevante que le dé a conocer a los colaboradores y estudiantes las medidas de prevención que se deben tomar para evitar el contagio y propagación del COVID-19.

2.1 Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Se puede definir que una estrategia de comunicación es la herramienta que permite planificar en una forma organizada, cada empresa puede crear su propia metodología siempre y cuando sea de una manera integral y coherente con sus objetivos en un plazo determinado.

La estrategia de comunicación es transversal a la comunicación interna, externa, debe tener la capacidad de permitirle a las organizaciones estar claros con sus equipos de trabajo, los planes a desarrollar, mensajes y maneras de comunicar, acciones estratégicas, instrumentos de investigación para hacer totalmente asertivo y funcional el desarrollo de la estrategia.

Desde la experiencia de cada proyecto se van creando las estrategias, las cuales deben ser incorporadas al flujo de trabajo, medida y diseñadas en el tiempo, se sabe que la comunicación es cambiante y la tecnología ayuda en esta transformación por ello es importante incorporarla para desarrollo de la empresa y comunicar lo que se desea. (Flores, 2018)

- Estrategias de Comunicación Interna

Este tipo de estrategias están dirigidas a los colaboradores de la empresa, el equipo de trabajo y su fin principal es de fomentar el proceso de comunicación asertiva para optimizar los recursos y generar productividad en las organizaciones.

Dentro de los canales utilizados para la comunicación interna se pueden mencionar: Intranet, revistas digitales, reuniones aleatorias, manual de bienvenida, revista interna impresa, jornadas de puertas abiertas, convenciones, reuniones con la gerencia, buzón de sugerencias.

Es importante plantearse las siguientes preguntas para identificar cómo funciona la comunicación interna y tomar acción a partir de este punto.



¿Los colaboradores tienen conocimiento de los objetivos de la empresa?

¿Se conoce a profundidad los cambios organizativos de la empresa?

¿Existen diferentes manuales de procesos en el trabajo?

- Estrategias de Comunicación Externa

Es un grupo de acciones comunicacionales dirigidas al público externo de la empresa u organización utilizando los medios de comunicación de acuerdo al grupo objetivo *target* y el objetivo de la estrategia.

Actualmente, la comunicación integral se está trabajando en muchas empresas, ha sido una herramienta que trabaja en conjunto, son todas las formas de comunicación acompañadas de las interacciones actuales que hay en la red digital. La comunicación corporativa debe ser el reflejo de la estrategia empresarial, para una comunicación efectiva se debe entender al grupo objetivo y hacer buen uso de los diferentes canales de promoción, el marketing directo, las relaciones públicas, *product placement*, entre otros.

La comunicación se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de una empresa que quiere estar bien posicionada, ya que forma parte importante porque a través de ella la empresa logra acercamiento con el mercado y transmite la imagen que desea comunicar con el objetivo de posicionarse de una forma más competitiva. (Flores, 2018)

La crisis actual de la pandemia ha impactado mundialmente, lo que ha obligado a muchos gobiernos a tomar medidas drásticas de aislamiento social, y que ha provocado que las personas estén más tiempo en casa. En este confinamiento físico es donde se hace más notorio el valor que representa la música, el arte, la literatura, el baile, todo tipo de contenido cultural y que la población busca para calmar la ansiedad. (UNESCO, 2020)

Principalmente, en estos tiempos de resguardo donde la población está buscando la calma y la relajación que produce la cultura en los seres humanos. Aunque el arte es una de las actividades más golpeadas por la pandemia, la (OMS, 2020) ha realizado un estudio sobre los nexos entre el arte, la salud y bienestar, y su principal conclusión ha sido tener una conexión directa con el arte y la cultura que brinda un beneficio adicional para mejora de la salud física y mental.



Por esta razón, para la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD- es importante continuar con su misión de enseñanza teatral en Guatemala para la formación de futuros profesionales en las diferentes especialidades del teatro. Con la situación actual del COVID-19 es muy importante mantener una buena comunicación interna para el cuidado y resguardo de colaboradores y alumnos cuando se reintegren de manera física al establecimiento, en especial dar a conocer internamente sobre los protocolos de seguridad e higiene.

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna en la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” –ENAD- fomentando el cumplimiento de las medidas sanitarias para la prevención de contagio por COVID-19.

2.2.2 Objetivo específicos

- Motivar al personal docente y a los estudiantes a mantener una actitud positiva ante la emergencia sanitaria actual.
- Informar sobre la prevención y las medidas básicas de protección contra el COVID-19 cuando se retomen las clases presenciales en las instalaciones de ENAD.
- Establecer actividades para cuidar la salud mental de los trabajadores y estudiantes durante la crisis de la pandemia y el confinamiento.

2.3 Misión

Fortalecimiento informativo y comunicacional en la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” -ENAD- a través de la protección de los colaboradores y alumnos proporcionando las medidas necesarias que se deben tomar cuando se habiliten las instalaciones y se retomen las clases presenciales.



2.4 Visión

Llegar a formar una relación bastante unida entre la Escuela, colaboradores y estudiantes por medio de la motivación y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales promoviendo el cuidado de unos a otros manteniendo el positivismo y la unión para superar cualquier circunstancia.

2.5 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicara

2.5.1 Comunicación

Se define como un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor. Aunque no consta únicamente del emisor y receptor, sino también participan diferentes elementos:

- El código, que es el lenguaje empleado.
- El canal de comunicación, que es el medio utilizado.
- El contexto, que son las circunstancias donde se desarrolla la comunicación.
- El ruido o perturbaciones en la recepción del mensaje original, y
- La retroalimentación o *feedback*, que supone la respuesta hacia el primer mensaje.

Este proceso comunicativo es esencial para la vida en la sociedad, ya que permite que los seres humanos se expresen y compartan información entre sí, establezcan relaciones, lleguen a acuerdos y sean capaces de organizarse.

La comunicación, puede llevarse a cabo de diferentes maneras: de forma verbal, utilizando un lenguaje o idioma, o no verbal, valiéndose de gestos, también existe el lenguaje corporal o signos no lingüísticos. (González, 1995)

2.5.2 Comunicación interna

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, a los empleados o colaboradores de la empresa. Este tipo de comunicación surge como respuesta a las nuevas necesidades de las empresas de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.



Dentro de los objetivos principales que tiene la comunicación interna es el de transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre empleados, la dirección y las diferentes áreas o departamentos de la compañía. Es importante conocer que las empresas son lo que son, por sus equipos humanos, es por esta razón que motivar ayuda a mejorar los resultados deseados.

En cuanto a los tipos de comunicación interna, se pueden mencionar:

Ascendente: Que se realiza desde abajo hacia arriba en el organigrama de la empresa, se caracteriza porque los mensajes parten de abajo hacia los altos cargos de la empresa con el objetivo de retroalimentar a la comunicación descendente, otorgando sugerencias, críticas constructivas y demás ideas que aporten a un mejor trabajo.

Descendente: Tiene lugar de arriba hacia abajo, la comunicación surge de los altos directivos hacia los niveles más bajos de la pirámide. Su objetivo es dar instrucciones, plantear metas, y demás políticas empresariales.

Horizontal: Se desarrolla entre empleados que comparten un cargo similar, o con jerarquías poco pronunciadas, es el tipo de comunicación donde los colaboradores se sienten más cómodos, tiene la característica de compañerismo, amistad y trato informal.

Aunque los tipos de comunicación antes mencionados tienen un enfoque diferente, comparten las siguientes características entre sí:

- Identificación de los objetivos corporativos y valores culturales que se van a transmitir.
- Análisis de canales y herramientas de comunicación existentes.
- Generación de un plan de comunicaciones internas que incluye mensajes principales y otros específicos.
- Promoción de la participación de empleados en las actividades de comunicación.
- Envío de mensajes institucionales. (360, 2018)



2.5.3 Comunicación externa

Esta comunicación se integra dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones, con el objetivo de mejorar la imagen de marca y se encuentra vinculada a las relaciones de la empresa con el resto de grupo de interés: clientes, proveedores, accionistas y sociedad en general.

En otras palabras, la comunicación externa es un proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública para informar sobre ciertos aspectos que podrían afectar o ser favorables para la misma empresa. (Mesa, 2017)

En cuanto a los tipos de comunicación externa, se pueden mencionar:

Comunicación externa operativa: Se refiere a la comunicación relacionada con la actividad y desarrollo diario de la empresa que se efectúa con todos los públicos de la organización.

Comunicación externa estratégica: Este tipo de comunicación tiene la finalidad de obtener información sobre aspectos estratégicos que permitan mejorar la posición competitiva de la empresa, conocer la competencia, novedades legislativas, el estado actual del mercado, entre otros.

Comunicación externa de notoriedad: La empresa tiene como objetivo dar a conocer sus productos, servicios con el fin de mejorar su imagen y reputación.

En la actualidad, la comunicación externa se debe caracterizar por la riqueza informativa con una comunicación externa integral, es importante tomar en cuenta aspectos como: transmitir un mensaje uniforme, adaptar el mensaje a los diferentes canales informativos y la adecuación temporal que se refiere a no únicamente conocer cómo se envía el mensaje sino también saber cuándo es el momento para hacerlo.

Dentro de los principales canales de comunicación externa que debe contar una empresa están los siguientes:

- **Notas de prensa o comunicados:** Estos reflejan los comunicados que la empresa envía directamente a los medios de comunicación en donde da a conocer hechos novedosos



y de interés para la empresa, productos nuevos, lanzamientos, incorporaciones de tecnología, entre otros.

- Publicidad: En esta parte, no se refiere únicamente a los anuncios tradicionales por radio, televisión o prensa, sino también a la publicidad alternativa.
- Web corporativo: Es importante que la empresa cuente con esta plataforma para utilizarlo a su favor y comunicar sobre sus productos, servicios, objetivos, política y valores.
- Blog: Se ha incorporado a la comunicación externa debido a que este tipo de *microsites* donde se publica información con un valor añadido y con temas de interés para el público objetivo de la empresa.
- Redes sociales: Actualmente es el canal que más impacto logra tener, ya que abarca un público amplio tanto general como específico. Estas herramientas siguen incorporando nuevas formas de comunicación y que llaman la atención.
- Boletines digitales: Se refiere a una forma de mantener informados a los clientes, son *emails* con temas de interés como descuentos, promociones, resúmenes de noticias, entre otros. (Mesa, 2017)



2.6 Alcances y límites de la estrategia

- Las propuestas comunicacionales presentadas son viables ya que las estrategias se adecuan a la situación de pandemia que ha afectado a la institución y permite que los recursos sean efectivos una vez se retome el ciclo escolar de manera presencial.
- Como limitaciones ENAD, no cuenta con un presupuesto autorizado para financiar la impresión de los materiales visuales.

2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Para que se estableciera un plan estratégico de comunicación interna de ENAD fue necesaria la realización de un diagnóstico comunicacional de la misma. Se realizó un análisis cualitativo junto con la recolección de datos para así realizar las propuestas comunicacionales.

Con base de diagnóstico se utilizó la investigación descriptiva documental, con un enfoque cualitativo y el tipo de observación fue directa no participativa ya que es la que realiza sobre el terreno, pero sin incorporarse a la vida del grupo para no modificar su comportamiento habitual debido a la situación actual en que los maestros y alumnos se encuentran realizando las actividades desde sus hogares y no fue posible realizar una observación presencial en las instalaciones.



2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia

2.8.1 Propuesta 1

Propuesta 1	
¿A qué estrategia responde la propuesta?	Debido a que la instalaciones se encuentran cerradas no hay información acerca del COVID-19 y cómo prevenirlo dentro de la escuela.
Problema	La escuela no tiene previsto un plan para informar a los alumnos y el claustro de maestro las medidas que se deben tomar una vez retomen el ciclo escolar en las instalaciones.
Producto	Afiches informativos
Objetivo comunicacional	Informar sobre los síntomas del COVID-19 y los protocolos sanitarios que se deben seguir para la prevención el contagio y propagación del virus.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Colaboradores de ENAD y estudiantes
Medio de difusión	Impreso



2.8.2 Propuesta 2

Propuesta 2	
¿A qué estrategia responde la Propuesta?	El estar informado y mantener presente las reglas que se deben seguir para combatir la propagación del virus es de suma importancia, por lo que motivar a los colaboradores y estudiantes a mantener una actitud positiva ante la situación es vital.
Problema	No se tiene considerada una estrategia para motivar al personal docente y estudiantes a que se cumplan a cabalidad las medidas sanitarias que se deben seguir durante la pandemia.
Producto	Creación de separadores de libros o cuadernos motivando a los estudiantes y maestros a seguir las medidas de prevención en todo momento.
Objetivo Comunicacional	Motivar a que se cumplan las medidas a tomar para evitar el contagio y propagación del COVID-19 manteniendo siempre una actitud positiva ante la situación.
Tipo de Mensaje	Motivacional
Público Objetivo	Personal docente y estudiantes
Medio de Difusión	Impreso



2.1.1 Propuesta 3

Propuesta 3	
¿A qué estrategia responde la Propuesta?	Motivar a los colaboradores a que estén bien y darles una sensación de bienestar mental para que puedan ser eficientes en su trabajo.
Problema	Al no estar trabajando en las instalaciones la comunicación entre el claustro de maestros y alumnos debe ser por medio de canales digitales alternativos.
Producto	Imágenes digitales informativas, evidenciando la preocupación de ENAD por el bienestar mental de sus colaboradores y estudiantes a pesar de no estar en las instalaciones de la escuela.
Objetivo Comunicacional	Proporcionar alternativas saludables para sobrellevar el estrés durante la situación de pandemia y ante el confinamiento
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Personal docente y estudiantes.
Medio de Difusión	Digital



2.9 Cronograma

Mes	Septiembre			Octubre			Nov/Dic	Enero		
Actividad	25	27	30	10	15	20		15	21	28
Difusión de consejos digitales a través de WhatsApp entre alumnos y maestros.										
Colocación de afiches dentro de las instalaciones.										
Distribución de separadores entre alumnos, maestros y colaboradores de ENAD.										

2.10 Financiamiento

Epesista – Edson Bejarano



2.11 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Honorarios profesionales en la elaboración de gráficos para afiches y separadores	Q.350.00	Q350.00	Epesista
1	Impresiones de afiches y separadores.	Q.304.50	Q.304.50	Epesista
1	Honorarios profesionales en la elaboración y diseño de boletines digitales.	Q250.00	Q250.00	Epesista
			Total inversión	Q904.50

2.12 Beneficiarios

Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez” (ENAD)

2.13 Recursos Humanos

Nombre	Puesto
Licenciada Marylena Jerez	Directora General
Félix Mérida	Secretario-Contador
Doctor José María Torres	Coordinador EPS de Licenciatura
Máster Evelyn Morazán	Coordinadora EPS de Licenciatura

Fuente: Edson Bejarano



2.14 Área geográfica de acción

Ciudad de Guatemala

2.15 Cuadro comparativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Afiches informativos	Informar sobre los protocolos sanitarios de prevención para evitar el contagio y propagación del COVID-19.	Q400.00	Epesista	Ciudad de Guatemala	Personal docente y estudiantes de ENAD	Enero
Separadores	Motivar a los colaboradores y estudiantes a mantenerse positivos ante la crisis sanitaria.	Q.254.50	Epesista	Ciudad de Guatemala	Personal docente y estudiantes de ENAD	Septiembre Enero
Boletín Informativo	Proporcionar alternativas saludables para sobrellevar el estrés durante la situación de pandemia y ante el confinamiento.	Q.250.00	Epesista	Ciudad de Guatemala	ENAD, personal docente y estudiantes	Septiembre Octubre



Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia



3. Informe de la ejecución

3.1 Nombre de la ejecución de estrategia 1: Afiches informativos

Objetivo de la actividad: Informar sobre los síntomas del COVID-19 y proporcionar consejos sanitarios de prevención que se deben seguir para evitar el contagio y propagación del virus dentro de las instalaciones de ENAD, una vez se retome el ciclo escolar con clases presenciales.

Medio utilizado: Impreso

Área geográfica de impacto: Ciudad de Guatemala, dentro de las instalaciones de ENAD.

Presupuesto en esta acción: Q400.



COVID 19



CONÓCELO ¿QUÉ ES?

Los coronavirus son conocidos por provocar un amplio rango de enfermedades, desde un resfriado hasta infecciones respiratorias. El nuevo coronavirus es una cepa no identificada en humanos previamente.

SÍNTOMAS



FIEBRE ALTA



TOS SECA



CONGESTIÓN NASAL



DOLOR DE GARGANTA



DIARREA



PROBLEMAS
RESPIRATORIOS

Los síntomas podrían aparecer
de 1 a 12 días después de
la exposición del virus.





COVID 19

GOBIERNO de GUATEMALA
DE ALEJANDRO GIANMATTEI

CONSEJOS DE PREVENCIÓN



UTILIZA SIEMPRE
MASCARILLA



LÁVATE LAS MANOS
CONSTANTEMENTE
CON AGUA Y JABÓN
Ó GEL ANTIBACTERIAL



PRACTICA
EL DISTANCIAMIENTO
SOCIAL



DESINFECTA OBJETOS
Y SUPERFICIES



QUÉDATE EN CASA, NO SALGAS
A MENOS QUE SEA NECESARIO





3.2 Nombre de la ejecución la estrategia 2: Separadores de libros

Objetivo de la Actividad: Motivar a los alumnos y maestros a continuar con una actitud positiva pese a la emergencia sanitaria que se vive hoy en día y hacerles saber que ENAD está junto con ellos para sobrellevar y superar juntos la situación de pandemia ante el COVID-19.

Medio Utilizado: Impreso

Área geográfica de impacto: Ciudad de Guatemala

Presupuesto en esta acción: Q.254.50





**GOBIERNO de
GUATEMALA**
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI



**PON TU MEJOR
sonrisa
Y NO TE DES
por vencido**

#JUNTOSSALDREMOSADELANTE



enad
ESUELA NACIONAL DE ARTE DRAMÁTICO
"CARLOS FIGUEROA JUÁREZ"



**GOBIERNO de
GUATEMALA**
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI



**PON TU MEJOR
sonrisa
Y NO TE DES
por vencido**

#JUNTOSSALDREMOSADELANTE



enad
ESUELA NACIONAL DE ARTE DRAMÁTICO
"CARLOS FIGUEROA JUÁREZ"



3.3 Nombre de la ejecución de la estrategia 3: Boletín Informativo

Objetivo de la Actividad: Proporcionar alternativas saludables para sobrellevar el estrés durante la situación de pandemia y ante el confinamiento por medio de imágenes digitales informativas, evidenciando la preocupación de ENAD por el bienestar mental de sus colaboradores y estudiantes a pesar de no estar en las instalaciones de la escuela.

Medio Utilizado: Virtual

Área geográfica de impacto: Ciudad de Guatemala

Presupuesto en esta acción: Q.250

Material: Se envía una imagen digital informativa con consejos diferentes a los estudiantes y personal docente, ya sea individual o por medio de grupos de WhatsApp en diferentes ocasiones mientras se retoma el ciclo escolar con clases presenciales.



ALTERNATIVAS SALUDABLES PARA SOBRELLEVAR EL ESTRÉS

Cuida tu salud emocional



Cuidar tu salud emocional te ayudará a pensar con claridad y reaccionar ante la necesidad urgente de protegerte y proteger a tu familia.



ALTERNATIVAS SALUDABLES PARA SOBRELLEVAR EL ESTRÉS

Sé amable contigo mismo y los demás



- En días complicados, no te exijas demasiado.
- Reduce el tiempo que pasas viendo, escuchando o leyendo noticias que te generen ansiedad o angustia.
- Si está en tus manos, ofrece apoyo a personas de tu entorno que puedan necesitarlo.



ALTERNATIVAS SALUDABLES PARA SOBRELLEVAR EL ESTRÉS



Mantén una rutina saludable

- Procura levantarte e irte a dormir a la misma hora todos los días.
- Mantén una higiene personal adecuada.
- Reserva tiempo para realizar actividades que te gustan.



ALTERNATIVAS SALUDABLES PARA SOBRELLEVAR EL ESTRÉS

Conéctate con tus
organizaciones
comunitarias y de fe



Si bien se han implementado medidas de distanciamiento social, considera conectarte en línea, a través de redes sociales o por vía telefónica.



ALTERNATIVAS SALUDABLES PARA SOBRELLEVAR EL ESTRÉS

Cuida tu cuerpo



- Realiza respiraciones profundas, ejercicios de estiramiento o meditación.
- Trata de llevar una dieta saludable en un horario habitual.
- Haz ejercicio con regularidad.



ALTERNATIVAS SALUDABLES PARA SOBRELLEVAR EL ESTRÉS

Inicia un nuevo
pasatiempo



Estando en casa, puedes intentar un nuevo pasatiempo o realizar distintas actividades para las que no siempre tuviste tiempo. Puedes leer un libro, armar un rompecabezas, probar una receta o mirar un nuevo programa de televisión.



3.4 Programación y calendarización:

No.	ACTIVIDAD	MESES																			
		MARZO					ABRIL					MAYO					JUNIO				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Elaboración y entrega de informes, Fase Propedeutica, más investigación de campo inicial.																				
2	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS-Licenciatura																				
3	Elaboración, revisión y entrega de la evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación																				
4	Video Conferencias: "Creatividad para Radio" Lcdo. Yoshiro Gómez (5_Mayo) "Comunicación Organizacional" Lcda. Brenda Chacón (6_Mayo) "Comunicación en Tiempos de Crisis" Lcdo. Jonathan Mejía (8_Mayo) Inicio de realización de Diagnóstico de Comunicación																				
5	Video Conferencias: "Los Grandes retos de Nuestra Profesión Ante la Crisis Mundial y las Nuevas Tecnologías" Lcdo. Sergio Rinaldi (12_Mayo) "Árbol de Problemas y el FODA" Lcda. Sandra de Corzo (13_Mayo) "Redacción de Objetivos para Diagnóstico y Estrategia de Comunicación" M.A. Walter Pérez (15_Mayo)																				
6	Video Conferencias: "Enfoque Cualitativo y Cuantitativo" Lcda. Krista Rámirez (20_Mayo) "Análisis de recopilación de datos" M.A. Evelin Hernández (22_Mayo)																				
7	Video Conferencias: "Herramientas Digitales para la Nueva Comunicación" Lcdo. Mynor Martínez (25_Mayo) "Barreras de la Comunicación" M.A. Evelin Morazán (27_Mayo) "Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas" Dr. José Torres (29_Mayo) Envío de informe de diagnóstico vía virtual por pandemia Covid-19 (29_Mayo)																				
8	Video Conferencias: "El Plan de Comunicación" Dr. José Torres (5_Junio) Realización de Informe: Plan de Comunicación																				
9	Video Conferencias: "Normas APA" Lcda. Silvia Pérez (23 Junio) Realización de Informe: Plan de Comunicación.																				
10	Video Conferencias: "Presentación del Plan de Comunicación" Epesista Lesbia Arroyo A personal correspondiente de la Facultad de Arquitectura (30_Junio)																				



Conclusiones

El fortalecimiento de la comunicación interna impacta positivamente la relación entre una institución y sus colaboradores, en este caso de igual manera con los estudiantes y principalmente en la situación actual en la cual esta se realiza a distancia y por medios alternativos.

La colocación de afiches informativos acerca de la prevención y protocolos a seguir ante el COVID-19 fortalecerá la comunicación interna en la institución una vez los estudiantes y el personal docente se encuentre de vuelta en las instalaciones, ya que muestra la preocupación de ENAD para con los estudiantes, maestros y demás colaboradores.

La motivación a superar las situaciones de una manera unida genera un ambiente positivo mejorando las relaciones interpersonales entre el personal docente y alumnos con la institución al mismo tiempo que evidencia el interés de ENAD por su bienestar.

El compartir la información necesaria durante el tiempo en que la institución se encuentra funcionando fuera de las instalaciones estrecha las relaciones interpersonales entre el personal docente y administrativo con la institución.

Al proporcionar distintas actividades a realizar durante el tiempo en el que no se encuentran en las instalaciones demuestra la preocupación de ENAD por el bienestar y salud mental de tanto de sus colaboradores como de sus estudiantes.



Recomendaciones

- Las medidas de seguridad para la prevención y propagación del COVID-19 son vitales y lo seguirán siendo por lo que se deben cumplir no solo dentro de las instalaciones sino motivar a que se cumplan también fuera de la escuela.
- Factores como el tamaño de las aulas y el diseño de sistema de ventilación se deben tomar en cuenta para cuando se retomen las actividades dentro de la institución.
- A pesar de que se sigan las medidas correspondientes para la prevención del contagio, se corre riesgo si las instalaciones no se encuentran desinfectadas apropiadamente, por lo que la limpieza de manijas de puertas, mesas, escritorios y cualquier superficie es primordial.
- Establecer horarios de desinfección y limpieza a distintas horas del día.
- Colocar los afiches en áreas estratégicas para que sean visualizados no solo por los alumnos y maestros sino por todas las personas presentes en el establecimiento.
- Se debe mantener la comunicación entre alumnos y maestros no solo por medio de las plataformas para recibir las clases, sino también por medio de canales alternativos como redes sociales por medio de las cuales es más fácil compartir actividades, noticias y sugerencias.
- Se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación enviar epesistas a distintas entidades nacionales a realizar su EPS para mejorar y fortalecer las deficiencias comunicacionales.



Referencias

- 360, V. (13 de febrero de 2018). *Comunicación Interna*. Obtenido de <https://vizion360.xyz/comunicacion-interna-3-formas-de-comunicacion-y-10-caracteristicas-principales/>
- Adhanom, T. (11 de Marzo de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>
- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación*. Barcelona: UOC.
- Flores, J. L. (10 de junio de 2018). *Qué es una estrategia de comunicación*. Obtenido de <https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicaci%C3%B3n-210bf83c9e48>
- Gómez, A. M. (2017). *Plan de Comunicación Interna y Externa de la Escuela Nacional de Arte Dramático Carlos Figueroa Juárez –ENAD–*. Guatemala.
- González, F. (1995). *Comunicación, desarrollo y personalidad*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Mesa, J. (27 de febrero de 2017). *P&A*. Obtenido de La comunicación externa conecta con el mundo: <https://la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- Meza, A. (2009). *Mi Espacio*. Obtenido de Infosol: https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/El-Diagnostico-Organizacional-elementos.html#.X1L-jnlKjIU
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>
- Sepúlveda, M. S. (14 de 12 de 2013). *Master Executive en Dirección de Empresas Tecnológicas e Industriales*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/12/14/tecnica-o-herramienta-util-en-la-direccion-de-proyectos-foda/>
- UNESCO. (27 de mayo de 2020). *UNESCO*. Obtenido de En época de COVID-19 el mundo consume Arte y Cultura: <https://es.unesco.org/news/epoca-covid-19-mundo-consume-arte-y-cultura>
- Valle, E. D. (8 de 2015). *www.repositorio.usac.edu.gt* . Obtenido de www.repositorio.usac.edu.gt .



IV. Anexos

- **Logos Institucionales**



- **Fotografías**



Fuente: Edson Bejarano, Entrega de afiches y separadores a la Lcda. Marylena Jerez, directora de ENAD.



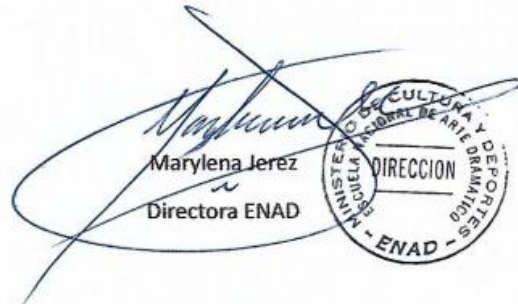
Fuente: Edson Bejarano, Difusión de consejos digitales a través de WhatsApp entre los maestros de ENAD.




Guatemala 25 de septiembre de 2020

Confirmando que recibí los siguientes materiales impresos por parte del estudiante de EPS, Edson William Alexander Bejarano Ordoñez.

- 3 afiches sobre consejos de prevención del COVID-19
- 3 afiches informativos acerca del COVID-19
- 100 separadores


Marylena Jerez
Directora ENAD





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Proyecto de EPS 2020
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Guía de preguntas dirigida a la Directora Artística de la Escuela Nacional de Arte Dramático “Carlos Figueroa Juárez”, Marylena Jerez. El objetivo de la entrevista es obtener detalles acerca de la institución y conocer cómo se maneja la situación de emergencia ante la crisis de pandemia a causa del COVID-19 en la escuela, así como también los medios alternativos de comunicación utilizados durante el confinamiento para continuar con las actividades académicas. Los datos proporcionados serán utilizados para la elaboración de un diagnóstico de comunicación con fines académicos únicamente.

- ¿Existe alguna estructura organizacional (organigrama) de la Institución? Si tiene, proporcionarla.
- ¿Cómo ha sido afectada la institución ante la pandemia del COVID-19?
- ¿Se estableció un plan de contingencia ante la emergencia del COVID-19 en la institución? ¿En qué consiste?
- ¿Cómo ha sido el funcionamiento de la Escuela durante la situación de pandemia ante el COVID-19?
- ¿Se ha mantenido activa la escuela en las redes sociales durante la pandemia?
- ¿Cuál es la posición de la institución hacia sus colaboradores ante la emergencia del COVID-19?
- ¿Existe algún protocolo a seguir durante la situación de pandemia ante el COVID-19?
- ¿En qué redes sociales se puede encontrar a ENAD?
- ¿Se han realizado actividades en línea durante la pandemia?
- ¿Se ha previsto algún protocolo a seguir una vez se hayan abierto las instalaciones?



• Cotizaciones



Cotización No. GP13120

Guatemala 25 de agosto de 2020

CLIENTE: EDSON BEJARANO

A continuación, se detalla la cotización de los productos solicitados:

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
6	Impresión de afiches tabloide, full color en textcote con barniz UV	Q.25.00	Q.150.00
103	Impresión de separadores de libre, full color en textcote con barniz UV. Tamaño de 2"x6.5"	Q.1.50	Q.154.50
TOTAL	Trecientos Cuatro con 50/100		Q.304.50

Tiempo de Entrega: A convenir

Forma de Pago:

50% Anticipo 50% Contra entrega.

Depósitos a la Cuenta Monetaria: Banco Industrial

0691720259 Alejandra Muralles

Tiempo de Validez de la Cotización: 15 días hábiles

CONTACTO:

Alejandra Muralles Celular: 5482-6190 E-Mail: mmuralles@ufm.edu

NOTA: Cada diseño elaborado tiene un máximo de 3 cambios, después de eso se cobrará un costo adicional.



Cotización No. GP13020

Guatemala 25 de agosto de 2020

CLIENTE: EDSON BEJARANO

A continuación, se detalla la cotización de los productos solicitados:

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
2	Diseños de Afiches Covid-19	Q.125.00	Q.250.00
1	Diseño de separador de libro	Q.100.00	Q.100.00
TOTAL	Trecientos Cincuenta 00/100		Q.350.00

Tiempo de Entrega: A convenir

Forma de Pago:

50% Anticipo 50% Contra entrega.

Depósitos a la Cuenta Monetaria: Banco Industrial

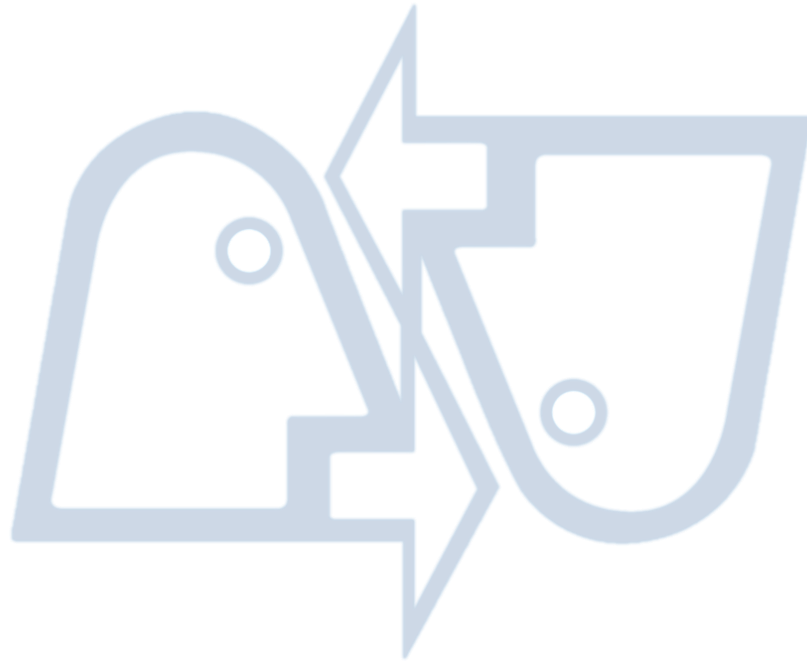
0691720259 Alejandra Muralles

Tiempo de Validez de la Cotización: 15 días hábiles

CONTACTO:

Alejandra Muralles Celular: 5482-6190 E-Mail: mmuralles@ufm.edu

NOTA: Cada diseño elaborado tiene un máximo de 3 cambios, después de eso se cobrará un costo adicional.



Comunicación
creando futuro