

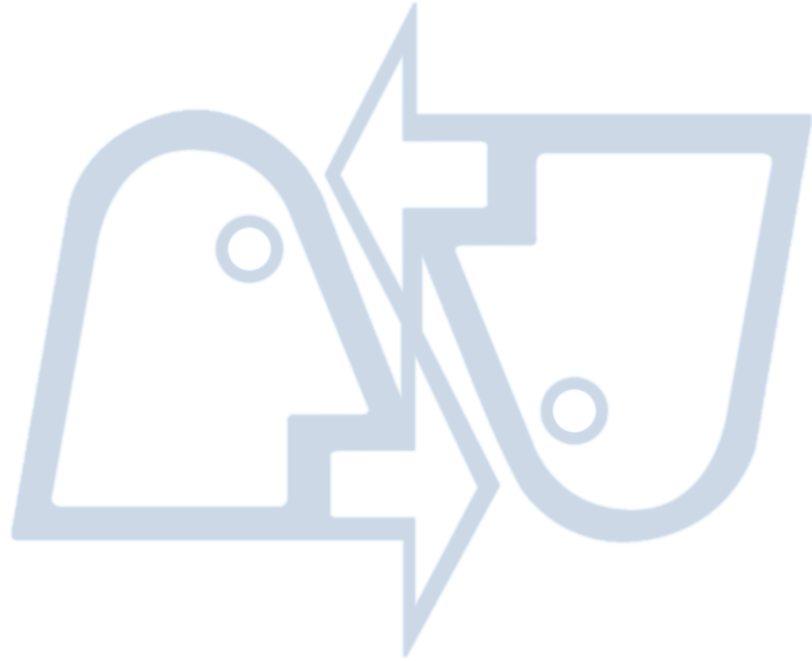
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**Diagnóstico y estrategia de comunicación del centro cultural Miguel Ángel Asturias,
Teatro Nacional de Guatemala**

Melany Roxana Cifuentes Solórzano

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre de 2020



Comunicación
creando futuro

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación del Centro Cultural Miguel Ángel
Asturias, Teatro Nacional de Guatemala**

Presentado por

Melany Roxana Cifuentes Solórzano

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Guatemala, octubre de 2020

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

Director

Licdo. 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 21 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Melany Roxana Cifuentes Solórzano
Carné No. 201022607
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 del centro cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional de Guatemala”** 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.


Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en 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”


M.A. Marvin Sarmientos
Supervisor


M.A. Evelin Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 6 de Julio del 2020
EPSL-C25-2020

Arquitecta:
Lorena Recinos
Teatro Nacional
Centro Cultural
Ciudad Guatemala.

Distinguida Arquitecta Recinos:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Melany Roxana Cifuentes Solórzano**, carné no. **201022607** 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,



“ID Y ENSEÑAR A TODOS”

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

Recibi
Fue
7/7/20
10:25 Hrs.

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, 8 de julio 2020.

Dr. José María Torres Cabrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Escuela de Ciencias de la Comunicación
USAC
Presente.

Distinguido Dr. Torres:

Reciba un cordial saludo deseándole éxitos en sus importantes labores, en atención a su oficio de fecha 6 de julio del año 2020 número EPSTL-C25-2020 hago de su conocimiento que para éste Centro Cultural es grato **ACEPTAR** a la estudiante **Melany Roxana Cifuentes Solórzano**, carné No. **201022607** quien manifestó su deseo de hacer práctica supervisada en esta institución.

Por lo anterior se estarán atendiendo los requerimientos establecidos en dicho oficio asimismo se tendrá una reunión con la estudiante para indicarle las condiciones sanitarias que debe mantener por la emergencia del COVID-19.


Sin otro particular me es grato suscribirme de usted.

Atentamente,



Arq. Lorena Recinos
JEFE DE DEPARTAMENTO SUSTANTIVO II
Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

C.c. Archivo



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

Dedicatoria

A Dios principalmente por haberme permitido llegar hasta aquí.

A mis padres: Jorge Cifuentes y Beatriz Solórzano, gracias por su trabajo y sacrificio para que pudiera culminar esta etapa educativa, por creer en mí y darme su amor y apoyo durante toda mi vida. No lo pudiese haber logrado sin ustedes, los amo.

A mi esposo: Eddy De León, por tu amor, paciencia y comprensión en los últimos años de mi carrera, por dar esa semilla extra para que tuviera oportunidad de seguir con esta meta, porque nunca has dudado en apoyarme y querer hacerme feliz, te amo. 6:24

A mi hija: Emma De León, por ser mi motivación e inspiración para ser una mejor persona y poder darle un buen ejemplo para su futuro, tu energía y tu amor son mi felicidad, eres lo mejor que me ha pasado, te amo infinito.

A mis hermanas: Por ser un ejemplo para mí, a mi hermana Astrid, por cuidarme y apoyarme en los momentos más difíciles, a mi hermana Ludmilla, por motivarme y ser mi cómplice en todo momento. Gracias por ser ese apoyo incondicional y estar presente siempre en mi vida.

A mis abuelos: Luis, Gabriela, Baudilio y Yolanda, este triunfo también es para ustedes.

A la familia De León Monroy: Gracias por su ayuda y cariño que me brindaron para poder terminar con mi carrera, ustedes también son mi familia.

A mis amigos: A cada uno de ellos, por ser parte fundamental de mi vida y apoyarme en todo, en especial a José y Carolina por ser incondicionales.

A Master Morazán: Sin duda esto no hubiera sido posible sin su ayuda durante todo el proceso del EPS, gracias por creer en mí y motivarme todo el tiempo. Siempre estaré agradecida con usted.

Y por último a la Universidad de San Carlos de Guatemala, que me dio la oportunidad de formarme como profesional.

Índice

Introducción.....	i
Antecedentes.....	ii
Justificación.....	iv
CAPITULO I.....	1
1. La Institución.....	1
1.2. Perfil Institucional.....	1
1.3. Ubicación Geográfica.....	2
1.4. Origen e historia.....	2
1.5. Departamentos o dependencias de la institución.....	3
1.6 Misión.....	4
1.7 Visión.....	5
1.8 Objetivos de la institución.....	5
1.8.1. Fines del Centro Cultural Miguel Asturias.....	7
1.9 Público objetivo.....	8
1.10 Diagnóstico.....	8
1.11 Técnicas de recolección de datos.....	9
1.11.1. Enfoque cuantitativo.....	9
1.11.2 Observación.....	10
1.11.3 Documentación.....	11
1.11.4 Encuestas.....	12
1.12 Interpretación de Resultados.....	16
1.13 FODA.....	21
1.14 Problemas detectados.....	23
1.15 Planteamiento del problema comunicacional.....	24
1.16 Indicadores de éxito.....	24
1.17 Proyecto a desarrollar.....	25
CAPITULO II.....	26
2. Plan estratégico de comunicación.....	26
2.1. Descripción técnica de la Estrategia del proyecto.....	26
2.2. Objetivos de la estrategia.....	27

2.2.1. Objetivo general	27
2.2.2. Objetivos específicos	27
2.3. Misión	27
2.4. Visión	27
2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará	28
2.5.1. Comunicación	28
2.5.2. Elementos que intervienen en la comunicación	28
2.5.3. Comunicación externa	29
2.5.4. Comunicación interna	29
2.5.5. Estrategia	29
2.5.6. Plan Estratégico	30
2.6. Alcances y límites de la estrategia	31
2.6.1 Alcances	31
2.6.2. Límites	31
2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	31
2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia	32
2.8.1 Redes sociales	32
2.8.2 Misión y visión	32
2.8.3 Video motivacional	32
2.9 Cronograma	33
5.10 Financiamiento	33
2.11 Presupuesto	33
2.12 Beneficiarios	34
2.13 Recursos humanos	34
2.14 Áreas geográficas de acción	34
2.15 Cuadro comparativo de la estrategia	35
CAPITULO III	36
3. Informe de ejecución	36
3.1 Artes para las redes sociales <i>Facebook e Instagram</i>	36
3.2 Visión y misión	38
3.3 Video del Teatro Nacional	40
3.4 Programación y calendarización	41

3.5 Conclusiones.....	42
3.6 Recomendaciones	43
Referencias Bibliografía.....	44
E-grafías.....	45
Anexos	47

Introducción

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias también llamado Teatro Nacional es un templo lleno de arte, declarado Patrimonio Cultural de la Nación, tiene un inmenso valor histórico, artístico y cultural. Se encarga de promover la cultura y el arte en Guatemala. A causa del confinamiento al que los guatemaltecos están sometidos desde el 16 de Marzo del 2020, a raíz de la pandemia COVID-19, el Teatro Nacional ha acatado las órdenes presidenciales, por las cuales actualmente sus puertas están cerradas y sus actividades presenciales han quedado suspendidas hasta nuevo aviso.

No se ha podido dar un seguimiento a las actividades presenciales, ya que la población está resguardándose en sus casas para evitar posibles contagios de la pandemia COVID-19. Por lo cual, ha dejado a tantas instituciones sin sus labores, actividades y eventos diarios. Esto ha causado una problemática comunicacional en todos los sectores, tomando así como una de las principales vías de comunicación el uso de *internet* y sus diversas plataformas.

Por lo que se realizó un diagnóstico a distancia, por medio de búsquedas en *internet*, de la situación actual en el Teatro Nacional de Guatemala en el cual se hizo un estudio de sus problemáticas comunicacionales a raíz de la pandemia COVID-19, siempre tomando las respectivas medidas actuales.

El diagnóstico da el o los resultados de la empresa o institución en la investigación, estos son definidos luego de realizar un estudio el cual ayuda a encontrar las problemáticas que tiene la institución. Posterior a ello se hace un análisis para dar una reducción o solución del problema y así crear el desarrollo de dicha solución.

Se debe especificar el motivo de la investigación y los resultados deben ir coherentes a la realidad. Para poder llegar a las problemáticas y tener un mapa general y amplio de la empresa u institución, deben evaluarse varios factores, entre ellos, el comportamiento e interacción entre empleado y cliente, la identidad de la empresa, estructura comunicacional interna y externa, imagen estructural, institucional y de los empleados.

Al tener reunidos estos elementos se prepara un informe para comunicar los resultados de la evaluación y encontrar soluciones viables y factibles para la empresa o institución.

Antecedentes

La motivación que se tuvo para realizar este diagnóstico fue el encontrar problemáticas comunicacionales en el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, con el fin de proporcionar soluciones y poder aportar a la institución como parte del ejercicio profesional supervisado.

El poder abordar temas comunicacionales con la información que se ha encontrado en estudios anteriores será de mucha ayuda para poder ejecutar estrategias que ayuden en la actualidad para el desarrollo del Teatro Nacional de Guatemala.

Se presenta a continuación un análisis de algunos documentos que tengan relación con el tema investigado, tomándolos como antecedente para este.

Por su relación, es importante mencionar a la tesis “Diagnóstico y Propuesta de Comunicación, Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias” presentado por Bianka Adriana Cabrera Maldonado, se diagnosticó “la falta de presupuesto financiero lo ha deteriorado físicamente, a nivel comunicacional y relaciones públicas, su nombre no ocupa espacio en los medios escritos, radiales y televisivos, para lograr determinada opinión de los usuarios hacia el mismo”. (Cabrera, 2001)

Cabe mencionar también la tesis “Estrategia de Comunicación Visual en Apoyo a los Procesos de Comunicación y Posicionamiento del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias” presentado por José Eduardo Contreras López, en donde se pudo detectar “una implementación de una estrategia de comunicación visual deficiente desde la metodología del diseño gráfico como herramienta para contribuir a posicionar dicha institución como ente rector de la cultura en Guatemala” (Contreras, 2017)

Otro aspecto importante como antecedente es la tesis “Estrategia de comunicación para difundir las actividades culturales que se realizan en el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias” trabajo presentado por Jaquelin Rocío López España, en la cual por medio de la investigación que se realizó se detectó que se consideraba mejor estrategia de comunicación “el informarse del contenido de las actividades del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, son los anuncios en medios de comunicación, aunque prevalecen los medios escritos”. Así mismo se evidencio la necesidad de que se divulgaran las actividades mediante anuncios, para despertar el interés de quienes tuvieran acceso a esta información.

Y por último, un documento muy interesante e importante que coincide a la perfección con proyectos que se están implementando en muchas empresas e instituciones, a partir que inicio la pandemia COVID-19, son los manuales de crisis. En el 2018 se implementó el “Manual de Seguridad e Higiene del Ministerio de Cultura y Deportes” por el Ministerio de Cultura y Deportes, Acuerdo Ministerial Número 449-2018, de fecha Guatemala, 11 de junio 2018. (Deporte, 2018)

El Ministerio de Cultura y Deportes autorizaron a través de este acuerdo, como parte del proceso de modernización de la institución, se dieron la tarea de notar la importancia en implementar un manual de seguridad e higiene, con el fin de proteger la vida, salud e integridad corporal de todos sus trabajadores y entes externos que tengan relación con la institución.

Justificación

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, también llamado Teatro Nacional es una pieza fundamental de la cultura de Guatemala, ya que es un lugar donde se dan todo tipo de actividades culturales, contando con espacios físicos y con capacidad para presentaciones artísticas y culturales de tipo nacionales e internacionales.

Patrimonio de todos los guatemaltecos, en el cual es accesible para todas las personas sin discriminación de raza, género, edad, estrato social y escolaridad. Es un espacio donde se promueve el arte y la cultura.

Para mantener y promover la imagen, el significado que tiene como Patrimonio Cultural de la Nación, es indispensable que se adquiera un nuevo rumbo a la comunicación que el Teatro Nacional de Guatemala ha tenido y está teniendo en la actualidad con sus usuarios por vía electrónica, a través de sus respectivas redes sociales, que son *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*.

Actualmente se vive en una era digital, los medios tradicionales, sin duda, se han transformado; hoy disponemos de contenidos multiplataforma que permite interactuar “entre todos” y acerca de “todo”. (Giraldo, 2019) Hoy por hoy las ventajas de una comunicación digital son notorias a simple vista, este tipo de comunicación llega a todas partes del mundo sin barreras, a infinidad de personas que puedan tener acceso a *internet* y así transmitir cualquier tipo de mensajes.

Por lo cual es indispensable que las instituciones y empresas hoy en día tengan plataformas virtuales donde las personas puedan encontrar información acerca de ellos, para tener una conexión a distancia.

El día 13 de marzo se presentó el primer paciente con COVID-19 en Guatemala, enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se descubrió recientemente en Wuhan, China en diciembre de 2019. Actualmente es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo. (Salud, 2020)

Por consiguiente el Gobierno de Guatemala tomo medidas de protección hacia la salud de los guatemaltecos. Se publicó un comunicado de las instrucciones dadas por el presidente de

la República, Doctor Alejandro Giammattei, entre estas hubo algunas de ellas que afectaron al Teatro Nacional de Guatemala, las cuales fueron:

Cancelación de todas actividades programadas de las instituciones artísticas.

La suspensión de actividades de formación artística.

Ningún tipo de reunión por más de 10 personas.

Todo esto entro en vigencia a partir del 15 de marzo hasta nuevo aviso, con el objeto de prevenir y mitigar la propagación del coronavirus COVID-19. (Sanchez, 2020)

Artículo 5 Medidas, Durante el plazo del estado de Calamidad Pública, se establecen las medidas siguientes:

Literal b: Limitar el derecho de libre locomoción, cambiando o manteniendo la residencia de las personas en los lugares afectados, en riesgo de seno, su traslado sanitario o limitación de acceso, fijando y estableciendo expresamente los cordones sanitarios, limitando incluso la circulación de vehículos o todo tipo de transporte, así como impedir la salida o entrada de personas en las zonas afectadas. (Ejecutivo, 2020)

Esta es la base legal para la limitación del derecho de locomoción. Por lo que las personas han quedado en un confinamiento social generando un impacto de ansiedad, incertidumbre, miedo, estrés y entre otros. Como parte de toda esta problemática actual, se ha creado una buena oportunidad para retomar la importancia de la cultura y el arte y así introducir un interés en los guatemaltecos.

Al diagnosticar las debilidades comunicacionales que actualmente presenta el Teatro Nacional de Guatemala se puede implementar un plan estratégico que ayude a un mejor desempeño y fortalecer su relación con sus usuarios y demás gente que tenga intereses artísticos y culturales.

El fin del proyecto es proporcionar al Teatro Nacional de Guatemala, conocimiento profesional y encontrar una solución a las problemáticas comunicacionales que se han dado a partir de la crisis actual, pandemia COVID-19, en el país y a nivel mundial. Y con esto poder beneficiar tanto al Teatro Nacional de Guatemala como a los usuarios del mismo, ya que la interacción debe innovarse y encontrar soluciones para poder seguir disfrutando de los diferentes servicios que el Teatro Nacional puede ofrecer a distancia.

CAPITULO I

1. La Institución

Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional de Guatemala

1.2. Perfil Institucional

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, también conocido como Teatro Nacional de Guatemala es el complejo arquitectónico dedicado a la producción, gestión, promoción y fomentación de exposiciones culturales y artísticas nacionales e internacionales. En las instalaciones se puede encontrar diferentes amenidades de distinto tipo cultural, en la cual laboran un aproximado de 120 personas. (Gaytán, 2018)

Es considerado uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad de Guatemala, este conforma 3 teatros principales que cuentan con una alta capacidad de espectadores, en los cuales se tiene a La Gran Sala Efraín Recinos, como segundo el Teatro al Aire Libre Otto Rene Castillo y por último el Teatro de Cámara Hugo Carrillo.

La institución tiene una labor que se encarga de crear artistas, como también la difusión del arte guatemalteco, organización de programas culturales, la difusión de las acciones culturales en el territorio guatemalteco y así mismo fomentar el arte y la cultura. (Orozco Matul, 2012)

El Centro Cultural formó parte del Ministerio de Educación por Acuerdo Gubernativo 140-46; el Ministerio de Cultura y Deportes lo declaró Patrimonio Cultural de la Nación por Acuerdo Ministerial 882-2012. En 1987 el Centro Cultural de Guatemala sufre un cambio de nombre con el propósito de bautizarlo en honor de nuestro Premio Nobel de Literatura, Miguel Ángel Asturias, según el decreto legislativo número 35-87 con fecha 26 de julio de ese mismo año. (Asturias C. C., Centro Cultural Miguel Ángel Asturias , s.f.)

Actualmente es dirigido por la recién nombrada directora, la arquitecta Lorena Recinos de Figueroa, este pasado 6 de mayo, por la Viceministra de Cultura Cinza Di Chiara, en representación de la Ministra de Cultura y Deportes. La arquitecta Recinos es hija del Ingeniero Efraín Recinos, quien fue artista de esta obra monumental, Centro Cultural Miguel Ángel Asturias y de muchísimas más (Deportes, Ministerio de Cultura y Deportes, 2020).

1.3. Ubicación Geográfica

El Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias está situado en la 24 calle 3-81, zona 1 Nueva Guatemala de la Asunción, Guatemala, Guatemala.

1.4. Origen e historia

Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, se le conoce como Teatro Nacional y patrimonio cultural de la ciudad de Guatemala. Se puede contar con diversos espacios para todo tipo de actividades culturales, educativas y artísticas nacionales e internacionales.

En la ciudad de Guatemala, denominada Nueva Guatemala de la Asunción, el presidente Castillo Armas dio la autorización de la construcción del Centro Cívico, el cual se había concebido en gobiernos anteriores contando con importantes artistas de ese tiempo.

En el Centro Cívico se construyeron instituciones públicas y fueron colocadas cerca unas con otras con el fin de que la población tuviera al alcance servicios institucionales y públicos logrando la integración entre las instituciones estatales y municipales. (Orozco Matul, 2012) Instituciones ubicadas en el Centro Cívico Metropolitana.

- | | |
|--------------------------------|---|
| ✓ Palacio Municipal | ✓ INTECAP |
| ✓ Castillo de San José | ✓ Corte Suprema de Justicia |
| ✓ Municipalidad | ✓ Torre de Tribunales |
| ✓ I.G.S.S. | ✓ Ministerio de Finanzas |
| ✓ Banco de Guatemala | ✓ FEGUA |
| ✓ Crédito Hipotecario Nacional | ✓ Centro Cultural Miguel Ángel Asturias (Teatro Nacional) |
| ✓ INGUAT | |

La Colina del ex fuerte de San José de Buena Vista, fue construida en 1828 bajo el mandato del General Arzú, para luego ser inaugurado en el Gobierno del General Cabrera. En esta colina se podía ver el panorama de la ciudad. La colina fue un escenario para eventos de *boxeo*, 10 juegos infantiles, parque de diversiones. Se tuvo la visión por ingenieros de la construcción de un Teatro Nacional para Guatemala, basándose en modelos europeos y norteamericanos.

Este se inauguró el 25 de mayo de 1845, se construyó dentro del Fuerte de San José, el cual fue bajo la designación de “castillo” de San José, en el que debía tener como cargo la defensa y prisión de estado. Tiempo después, en 1872 se convirtió en cuartel y en la primera escuela de primaria pública. Árbenz, Toriello y Arana, quienes constituirían la Junta de Gobierno democrático lo tomaron el 20 de 1944. (Deportes, Ministerio de Cultura y Deportes, 2014).

En 1961 Ydígoras Fuentes dio inicio al proyecto de recuperación para la creación de un Teatro Nacional para Guatemala. Se tenía la idea de realizar un teatro que diera lugar a acontecimientos de gran magnitud culturales. Se dio inicio al Centro Cívico, el proyecto era llevado por el arquitecto Montes Haussler y Aycinena. En esta labor tan importante y para integrar a las demás obras en proceso, Ydígoras Fuentes confió en el arquitecto Vinicio Asturias para la realización de un teatro grande para la ciudad de Guatemala.

El arquitecto Asturias muere en 1965, en un accidente, lo cual hace que la obra quede inconclusa por su parte, hasta ese entonces solo se habían realizado los cimientos. El maestro Efraín Recinos, quien ya trabajaba en un mural en el proyecto del Centro, el cual no logró realizarse, se le dio la propuesta que se integrara al proyecto del teatro al Fuerte de San José, esto fue el punto nuevamente de partida para la elaboración del Centro Cultural.

Efraín Recinos se le dio la tarea de darle seguimiento al desarrollo creativo y construcción del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, el cual actualmente está ubicado dentro de un área de 8 manzanas, en la colina de San José de Buena Vista,

El Centro Cultural está constituido por el Teatro al Aire Libre, el Gran Teatro o Teatro Nacional, el Teatro de Cámara y el Fuerte San José. Radio Faro Cultural y la Escuela Nacional de Artes Plásticas y el Instituto Nacional de la Marimba. (Torres K. M., 2009)

El Teatro Nacional está inspirado en la cultura maya. Fue nombrado Centro Cultural Miguel Ángel Asturias en honor al premio Nobel de Literatura Miguel Ángel Asturias. Se dice que la estructura de la institución simula a un Jaguar. (Gabriela, 2019)

1.5. Departamentos o dependencias de la institución

Ministerio de Cultura y Deportes

Acuerdo Gubernativo Número 27-2008

Acuerdo Ministerial 536-2012

Organigrama a Nivel de Direcciones

Ministerio de Cultura y Deportes

Viceministerio de Cultura

Dirección General de las Artes

Dirección Técnica de Difusión de las Artes

Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

(Deportes, Ministerio de Cultura y Deportes)

Se encontró en la página oficial Centro Cultural Miguel Ángel Asturias (posible órganos, apartado de “Contáctenos”). (Asturias C. C., Centro Cultural Miguel Ángel Asturias)

- Directora del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Arquitecta Lorena Recinos
- Coordinación Administrativa
- Financiero
- Programación de Eventos
- Comunicación Social
- Técnico Artístico
- Festival de Junio
- Enlace Recursos Humanos

- Compras.

Este siguiente párrafo fue tomado del Diario de Centroamérica, de fecha 10 de diciembre de 2007. (América, 2007)

Acuerdo Ministerial Número 817-2007

Ministerio de Cultura y Deportes

Acuerda la creación del Consejo Asesor y Consultivo del Centro Cultural “Miguel Ángel Asturias”.

Artículo 2. Integración: El consejo se integra por 13 miembros:

- 10 personas individuales de reconocido prestigio en cada una de las expresiones artísticas en el medio cultural y artístico del país.
- 3 Autoridades del Centro Cultural “Miguel Ángel Asturias”, siendo de oficio una de ellos el Director (a) General de Culturas y Artes.

Artículo 7. Cargos en el Consejo.

- Presidente (a),
- Vicepresidente (a),
- Secretario (a), y
- 10 vocales.

1.6 Misión

Fortalecer y promover la identidad guatemalteca y la cultura de paz, en el marco de la diversidad cultural y el fomento de la interculturalidad, mediante la protección, promoción y divulgación de los valores y manifestaciones culturales de los pueblos que conforman la nación guatemalteca, a través de una institucionalidad sólida y mediante mecanismos de desconcentración, descentralización, transparencia y participación ciudadana, a efecto de contribuir a lograr un mejor nivel de vida para la población guatemalteca. (Torres E. , 2013)

1.7 Visión

El Ministerio de Cultura y Deportes es una institución gubernamental moderna, eficiente y eficaz, rectora del desarrollo cultural del país y que contribuye al fomento de la actividad deportiva y recreativa. Implementa políticas públicas que responden a los Acuerdos de Paz y al Plan Nacional de Desarrollo Cultural a largo plazo. Su accionar está orientado al fortalecimiento de la cultura de paz, de la identidad guatemalteca y la consolidación de un Estado multicultural y multilingüe. (Torres E. , 2013)

1.8 Objetivos de la institución

Al Ministerio de Cultura y Deportes, le pertenece atender la promoción del desarrollo que se relaciona con la formación artística y la promoción del desarrollo, así mismo la recreación física para fomentar más a los ciudadanos y mejorar el respeto y reconocimiento hacia las distintas identidades culturales, para la conservación de la cultura guatemalteca. Le corresponde también la protección y administración de los monumentos nacionales, edificios institucionales y áreas de utilidad histórica o cultural. (Deporte, 2018)

- a) Validar las políticas sectoriales del ramo de cultura y deportes no federado.
- b) Sancionar las iniciativas de Ley que competen al ramo de Cultura y Deportes dentro del ámbito guatemalteco.
- c) Cuidar los recursos, tesoros culturales y artísticos de Guatemala.
- d) Garantizar al país la identificación y recuperación de los monumentos, escritos científicos y valores dogmáticos de propiedad histórica de Guatemala.
- e) Proteger y restaurar monumentos precolombinos y *post* colombinos tesoros de la humanidad pertenecientes históricamente a Guatemala.
- f) Contar con un inventario de tesoros arqueológicos y otros tesoros culturales pertenecientes al país.
- g) En representación del Estado de Guatemala, sancionar jurídicamente a los sustractores de riquezas arqueológicas del territorio nacional o el área geográfica de origen.

- h) Mantener informada a la Presidencia de la República, sobre el trabajo desarrollado en el sector de su competencia.
- i) Formular, ejecutar y administrar en forma descentralizada la política de fomento, promoción y extensión cultural y artística de conformidad con la Ley.
- j) Formular, ejecutar y administrar en forma descentralizada la Política de Preservación, Mantenimiento y Administración del Patrimonio Cultural de la Nación, de conformidad con la Ley.
- k) Administrar de forma descentralizada y contratar la operación de los medios de comunicación oficiales de radio y televisión, para la divulgación de asuntos que se relacionen con el Ministerio.
- l) Promover y difundir la identidad cultural y los valores cívicos de la nación en el marco de carácter pluriétnico y multicultural que los caracteriza.
- m) Crear y participar en la administración de los mecanismos financieros adecuados para el fomento, promoción y extensión cultural y artística. Propiciar la repatriación y la restitución al Estado de los bienes culturales de la nación, que hubiesen sido sustraídos o exportados ilícitamente.
- n) Impulsar de forma descentralizada la recreación y el deporte no federado y no escolar.
- o) Incorporar a todos sus planes, programas y proyectos, acciones tendientes a propiciar la Cultura de Paz y el Desarrollo Humano Sostenible.
- p) Incluir en sus programas y proyectos, los ámbitos definidos en el Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo, que sean pertinentes a las actividades sustantivas de dichos programas y proyectos, promoviendo también la participación interinstitucional e intra institucional y en su caso de la sociedad civil, para el logro de sus objetivos.
- q) Incluir en sus planes, programas y proyectos, componentes que tiendan a consolidar las actitudes y valores construidos por la sociedad guatemalteca, a través del reconocimiento de la multiculturalidad y de sus propias formas de comprender la vida.

- r) Proveer los elementos culturales y deportivos indispensables para incorporar la dimensión cultural al desarrollo y propiciar el desarrollo humano sostenible; estos elementos serán propuestos a las instituciones públicas a través de la Dirección de Planificación y Modernización Institucional del Ministerio, para que sean incluidos en sus respectivos planes, programas y proyectos.
- s) Organizar y realizar actividades culturales, artísticas, deportivas y recreativas, tendientes a fortalecer la convivencia pacífica como premisa para la construcción de la Cultura de Paz, la multiculturalidad y la interculturalidad.
- t) Planificar, programar realizar acciones con el propósito de administrar las funciones culturales, artísticas, deportivas y recreativas, a través de la utilización de los recursos e infraestructura física del Ministerio y por medio de la coordinación interinstitucional con otros organismos estatales que contribuyen a este propósito.
- u) Facilitar el acceso de la población a actividades culturales, artísticas deportivas y recreativas, con el fin de fortalecer las identidades, la cooperación solidaria.
- v) Fomentar, promocionar y realizar investigaciones socioculturales en coordinación con la Dirección de Planificación y Modernización Institucional.
- w) Ejecutar eventos que propicien el conocimiento de difusión de la identidad Nacional y de los valores multiculturales, en coordinación con la Dirección de Comunicación y Difusión Cultural. (Deporte, 2018)

1.8.1. Fines del Centro Cultural Miguel Asturias

Según el acuerdo gubernativo de creación del Centro Cultural de Guatemala 796 del 10 de mayo de 1979, se estipulan los siguientes fines;

- ✓ Dignificar y estimular la labor creadora de los artistas
- ✓ Difundir las muestras del arte guatemalteco e internacional en sus distintas manifestaciones
- ✓ Organizar programas culturales para todo público

- ✓ Difundir acciones culturales en todo el territorio nacional, mediante la organización e implementación de grupos artísticos. Y muestras culturales itinerantes
- ✓ Fomentar el fortalecimiento del espíritu guatemalteco, mediante la organización de programas que propendan a la conservación, investigación y divulgación de nuestros valores culturales. (Asturias C. C., Centro Cultural Miguel Ángel Asturias , s.f.)

1.9 Público objetivo

El grupo objetivo que se beneficiará de este estudio, serán los jóvenes adultos entre los 35 - 45 años de edad, clase media alta, con un grado de escolaridad entre diversificado y universidad. Los beneficiarios directos serán personas con gusto al arte escénico, danza, ballet clásico, literatura, aquellos que aprecian el arte guatemalteco y buscan un crecimiento cultural personal y que tengan una identidad cultural y artística.

1.10 Diagnóstico

Diagnóstico de comunicación en el Teatro Nacional de Guatemala.

El diagnóstico da el o los resultados de dicha investigación de la situación de la empresa o institución, son definidos posterior al estudio que se hará para poder encontrar alguna problemática u oportunidad. Planteado esto, se trabajara para poder darle una solución o reducción de dicha problemática. Para ello es necesario tomar en cuenta la introducción de métodos de investigación y análisis para un adecuado desarrollo y consigo un control de dicho informe.

Se debe tomar en cuenta que para que tenga un buen funcionamiento la evaluación a realizar, se debe especificar el motivo de la investigación, los resultados deben ser coherentes y fáciles de explicar así mismo deben expresar en su totalidad la realidad y el resultado debe ir concorde a la solución planteada.

Es de mayor importancia tener un conocimiento amplio de la empresa u institución, entre ellos, se debe evaluar el comportamiento e interacción que tienen los empleados y los clientes, la identidad de la empresa y prever la desaprobación de un plan comunicacional. Así mismo se debe avistar el factor imagen en cuanto a imagen estructural, imagen de los empleados e imagen institucional hacia el público.

Para tener una evaluación funcional se necesita información objetiva para tener una retroalimentación de lo que se desee conocer, se puede hacer uso de entrevista, cuestionario, análisis de transmisión de mensajes, análisis de redes de comunicación, entrevista grupal, observación directa y análisis de producción comunicacional.

Dentro de la metodología a usar corresponde una evaluación tanto interna como externa donde se encontrará la preparación de el o los cuestionarios, las reuniones de planeación, analizar y coleccionar material de comunicación, conducir las entrevistas a los públicos deseados, preparar el informe y por ultimo comunicar los resultados de dicho evaluó.

1.11 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas son herramientas que permiten la resolución del problema metodológico de una investigación.

“Conjunto de mecanismos y de máquinas, así también de sistemas y medios d dirigir, recolectar, conservar relaborar y, transmitir energía y datos. Todo ello creado con vistas a la producción, a la investigación, etc.” (Piloña, 2012, pág. 39)

Las técnicas que se utilizaron para esta investigación fueron la observación para determinar qué es lo que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, porque se hace y donde se hace, para conocer más acerca de lo estudiado, también se utilizó la técnica de la encuesta para detectar problemas y buscarles una solución viable.

1.11.1. Enfoque cuantitativo

Este enfoque se caracteriza por comprobar la hipótesis basándose en la medición numérica y analizando los datos estadísticamente y así poder comprobar una o varias teorías.

Prioriza la actividad investigativa siguiendo el método deductivo. Pone énfasis en la recolección de datos con instrumentos que faciliten el acopio, el ordenamiento, la codificación, sumarización y el análisis estadístico de los mismos. Se basa en observaciones, ideas, preguntas o hipótesis previas que deben ser probadas o comprobadas durante el proceso sistematizado de la investigación, para finalmente generalizar y difundir los resultados. (Piloña, 2012, pág. 17)

Se dio enfoque cuantitativo con el fin de establecer pautas de comportamiento y así mismo probar la teoría correspondiente utilizando como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario con preguntas cerradas para entender el comportamiento y tener criterios de validez.

También se tuvo como instrumento la observación, de acuerdo a esta fue de forma externa por la crisis actual que se vive a nivel mundial, COVID-19, obligando a las personas a estar en confinamiento. Se tomó como punto de partida la investigación de modo virtual por la coyuntura que actualmente se vive.

1.11.2 Observación

La acción de observar en una investigación se da al momento de fijar determinados aspectos que ayuden a una investigación, de la total realidad de dicho fenómeno estudiado, esto servirá para el determinado análisis que se realizara. También se puede incluir que es “una acción o actitud de aplicar atentamente los sentidos a un objeto o fenómeno para adquirir un conocimiento claro y conciso del mismo.” (Piloña, 2012, pág. 79)

Al tener esta técnica, la observación, no solo se dirige al tomar como referencia la acción de ver visualmente, se refiere a un conjunto de elementos que se crean al observar, en el cual se da un razonamiento lógico de todos los detalles que se puedan adquirir y así crear una sumatoria de todos los elementos. Esta observación fue de forma indirecta.

La observación indirecta, la cual indica que se caracteriza por que “el investigador sólo corrobora la información que ha sido expuesta por otros investigadores; esto lo puede realizar a través de la toma de datos ya sea por testimonios orales o escritos, revisión de documentos históricos o biografías, diarios, cartas, revistas; cuestionarios, etc. (Piloña, 2012, pág. 80)

La observación que se tuvo en el Teatro Nacional fue de forma externa a causa de la pandemia COVID-19, se ha tenido que hacer una indagación y recolección de datos de manera virtual, la cual ha limitado la forma de la recolección de datos de manera presencial para tener una recolección más amplia.

La crisis de la pandemia COVID-19 tuvo un impacto inesperado en todas las instituciones centralizadas, descentralizadas y autónomas. Según la OMS, la COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente. (Salud, 2020)

Por la naturaleza del fenómeno y crisis que se está viviendo a nivel mundial, el Estado de Guatemala ha tenido prioridad en salvaguardar la vida y salud de los guatemaltecos. Como consecuencia, se han visto afectados el sector económico, sector laboral, sector educativo, sector de sobrevivencia de los guatemaltecos que viven en pobreza o en pobreza extrema.

Por lo que el gobierno ha puesto sus esfuerzos y prioridades mayormente en los siguientes ministerios:

- ✓ Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación
- ✓ Ministerio de Finanzas Publicas
- ✓ Ministerio de Gobernación
- ✓ Ministerio de Salud y Asistencia Social
- ✓ Ministerio de Trabajo y Prevención Social

Por lo que se ha podido observar del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, han tenido una actitud pasiva referente a la crisis actual COVID-19, en la cual se puede observar en sus páginas oficiales de *Instagram*, *Twitter* y *YouTube* poca difusión sobre el Teatro Nacional y sus actividades.

1.11.3 Documentación

La documentación como bien lo indica su nombre, son las fuentes documentales o bibliográficas, textos o documentos, estos últimos no necesariamente son escritos. “Estos pueden ser reportajes audiovisuales (videos), películas que narran un determinado evento o suceso real; grabaciones en *cassettes*, *CDs*, *DVDs*, expedientes de determinados archivos, periódicos, revistas, páginas electrónicas (*web*), etc. Se fundamentan en conocimientos previos ya publicados o plenamente conocidos.” (Piloña, 2012, pág. 15)

Se presentan algunos de los documentos.

Constitución Política de la República de Guatemala. Artículos consultados:

- ✓ Art. 57 Derecho a la cultura
- ✓ Art. 60 Patrimonio cultural
- ✓ Art. 61 Protección al patrimonio cultural
- ✓ Art. 65 Preservación y promoción de la cultura
- ✓ Decreto 35-87 del Congreso de la República de Guatemala. Se acuerda y denomina (CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS, EL ACTUAL CENTRO

CULTURAL DE GUATEMALA, que incluye el TEATRO NACIONAL, EL TEATRO DE CAMARA, EL TEATRO AL AIRE LIBRE Y LA ESCUELA DE ARTES PLASTICAS).

Prensa Libre, Hemeroteca: 1978 Se inaugura el Teatro Nacional.

Prensa Libre, El Teatro Nacional celebra sus 37 años.

Plataforma Arquitectura, Clásico de arquitectura: Gran Teatro Nacional/ Efraín Recinos.

Ministerio de Cultura y Deportes, Manual de organización y funciones.

Manual de seguridad e higiene, Ministerio de Cultura y Deportes.

Ministerio de Cultura y Deportes, Acuerdo Gubernativo no. 27-2008, Acuerdo Ministerial 537-2012 Organigrama a nivel de Direcciones.

1.11.4 Encuestas

Es utilizada como parte del proceso de investigación, permite que se obtenga y elabore datos de un modo más rápido y eficaz. Sirve para dar descripciones de los objetos de estudio y detectar problemas o soluciones del fenómeno estudiado.

Es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población, a la que se le denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario precisamente preparado, calificado o sometido a prueba, según los particulares objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica. Usualmente son pocas preguntas. Su instrumento es el cuestionario. (Piloña, 2012, pág. 85)

Se realizó un cuestionario a un grupo de *Facebook* de mujeres, llamado “Cosas de mamis”, la encuesta fue contestada por 100 mamás guatemaltecas el día 03 de julio de 2020, en donde se tuvieron preguntas acerca de la comunicación que tiene el Teatro Nacional de Guatemala con sus usuarios en redes sociales, teniendo como un punto importante a resaltar la comunicación que se tiene actualmente por la pandemia, COVID-19. Se eligieron a mamás ya que ellas son parte de la educación de sus hijos, acercándolos a ellos a la cultura. A continuación se presentan los resultados obtenidos:

Preguntas de la Encuesta “Análisis de Comunicación en Redes Sociales del Teatro Nacional de Guatemala”

1. Género

De las 100 personas encuestadas, en su totalidad pertenecían al género femenino, ya que el grupo objetivo fueron mujeres.

2. Edad

De las 100 encuestadas las edades oscilan 25 a 61 años.

Edad	Cantidad
De 25 a 34	35
De 35 a 44	60
De 45 a 54	3
Más de 54	2

3. ¿En cuál red social exceptuando *Facebook*, le gustaría tener más información sobre el Teatro Nacional de Guatemala? Especifique

De las 100 mujeres encuestadas se evidencio con el 76%, que red les gustaría encontrar información acerca del Teatro Nacional, sería la red social *Instagram*, seguido por la red social *Twitter* con un 11%.

En la pregunta se puntualizó que debían indicar una red social exceptuando a *Facebook*, ya que la encuesta fue hecha en esa misma red.

Red Social	Total
<i>Instagram</i>	76
<i>Facebook</i>	3
<i>Twitter</i>	11
<i>TikTok</i>	1
Correo	2
<i>Televisión</i>	3
Soy 502	1
<i>WhatsApp</i>	2
<i>YouTube</i>	1

4. A raíz de la pandemia COVID-19, se ha tenido que entrar en confinamiento social. ¿Usted tiene conocimiento de las actividades en las redes sociales, que ha realizado actualmente el Teatro Nacional de Guatemala?

Con las respuestas obtenidas de esta pregunta, se pudo demostrar que el 97% no tiene conocimiento de las actividades que el Teatro Nacional ha tenido actualmente, dejando así con un 3%, que si tienen conocimiento de ello.

Respuesta	Total
Sí	3
No	97

5. ¿Estaría de acuerdo pagar una cuota más baja, para ver presentaciones teatrales privadas en vivo por medio de la plataforma *Zoom*?

A partir del confinamiento social por el que está pasando los guatemaltecos, los negocios han tenido una baja en sus servicios y productos, con esta pregunta se quiso encontrar una forma para poder generar algún ingreso, ya que no se ha podido llevar a cabo los eventos en las instalaciones del Teatro Nacional. Una propuesta clara podría ser generar un ingreso por medio de presentaciones teatrales privadas en vivo por medio de la plataforma *Zoom*, lo cual tuvo una respuesta mayormente afirmativa de las personas encuestadas, el 75% fue una respuesta positiva, en cuanto si estarían dispuestas a pagar y con 25% negativo.

Respuesta	Total
Sí	25
No	75

6. ¿Le gustaría recibir algún taller en línea, de distintas temáticas por parte del Teatro Nacional?

Parte de la idea es encontrar formas para generar ingresos en estos tiempos de crisis económica, el crear talleres para recibir clases por vía en línea para poder ir creando más interacción con los usuarios en diferentes ramas artísticas.

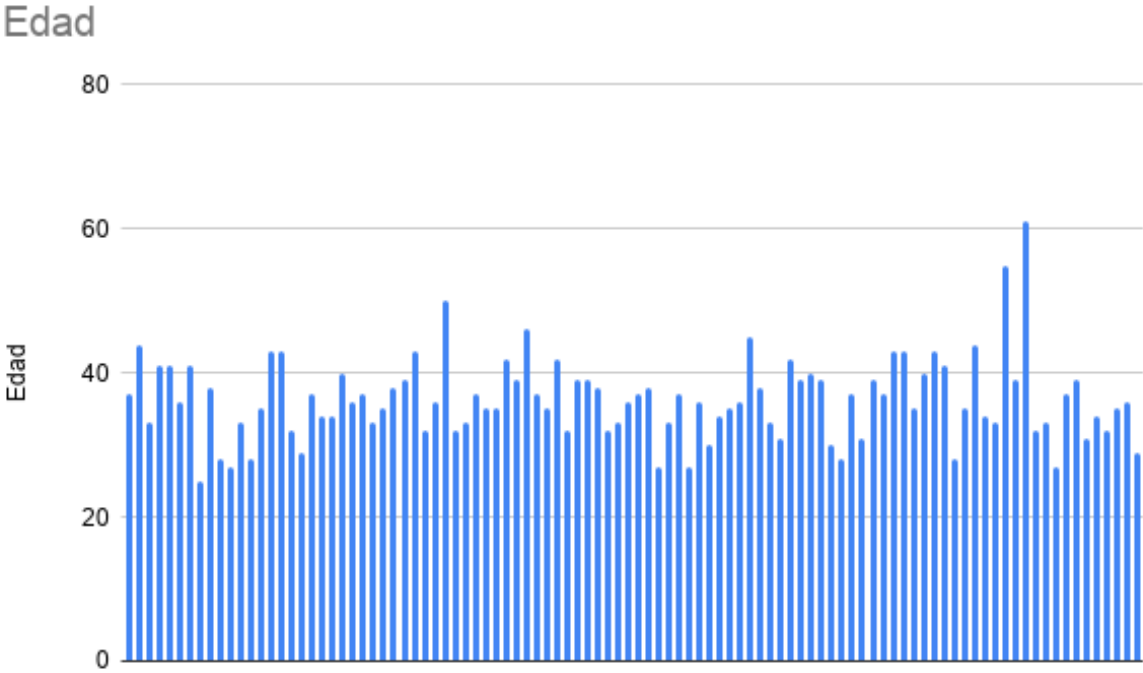
Se demostró que el 77% estaba interesado en recibir talleres en línea y el 23% no estaba interesado.

Respuesta	Total
Sí	77
No	23

1.12 Interpretación de Resultados

Gráficas estadísticas realizadas con base a las encuestas realizadas.

Gráfica No.1

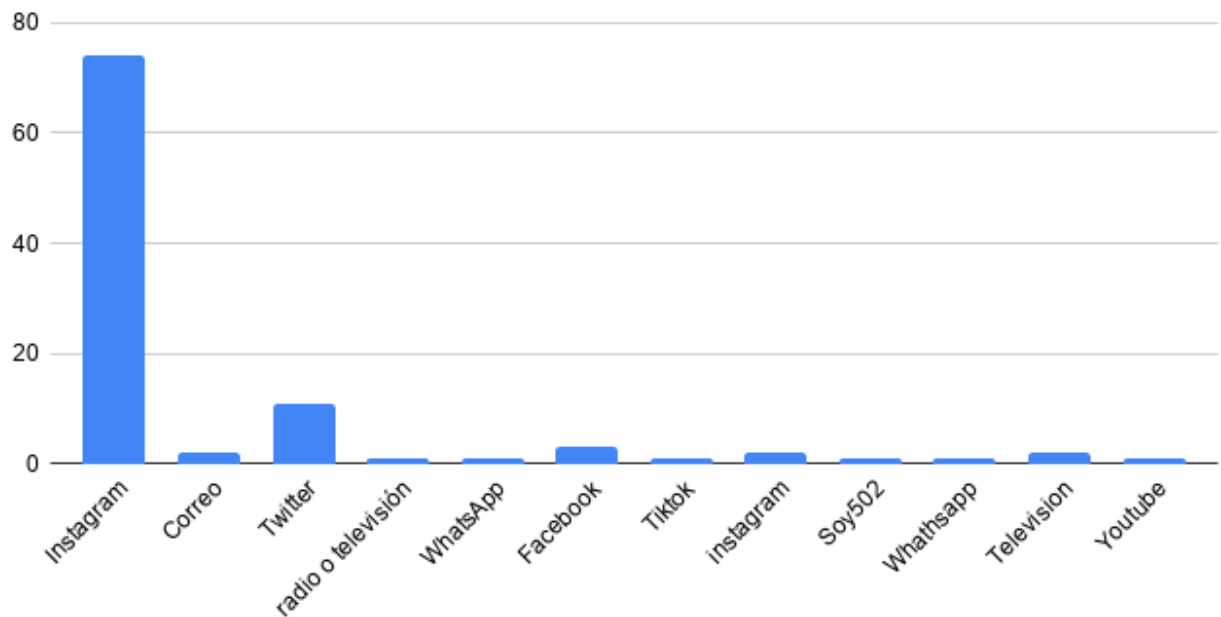


Fuente Roxana Cifuentes

De las 100 encuestadas las edades oscilan 25 a 61 años.

Grafica No.2

Recuento de 3. ¿En cuál red social exceptuando Facebook, le gustaría tener más información sobre el Teatro Nacional de Guatemala?



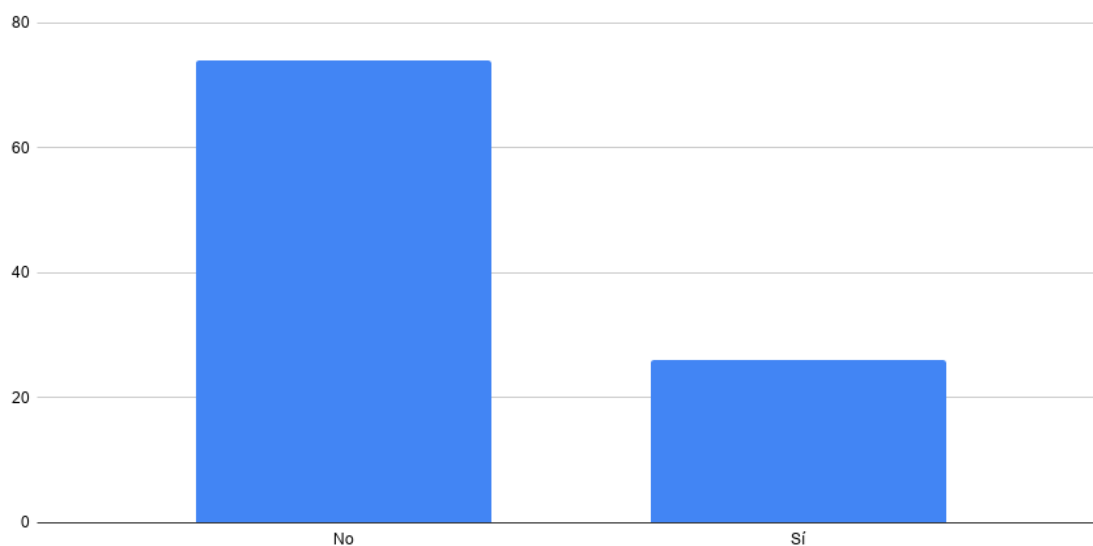
Fuente Roxana Cifuentes

De las 100 mujeres encuestadas se evidencio con el 76%, que red les gustaría encontrar información acerca del Teatro Nacional, sería la red social *Instagram*, seguido por la red social *Twitter* con un 11%.

En la pregunta se puntualizó que debían indicar una red social exceptuando a *Facebook*, ya que la encuesta fue hecha en esa misma red.

Grafica No.3

Recuento de 4. A raíz de la pandemia COVID-19, se ha tenido que entrar en confinamiento social. ¿Usted tiene conocimiento de las actividades en las redes sociales que ha realizado actualmente el Teatro Nacional de Guatemala?

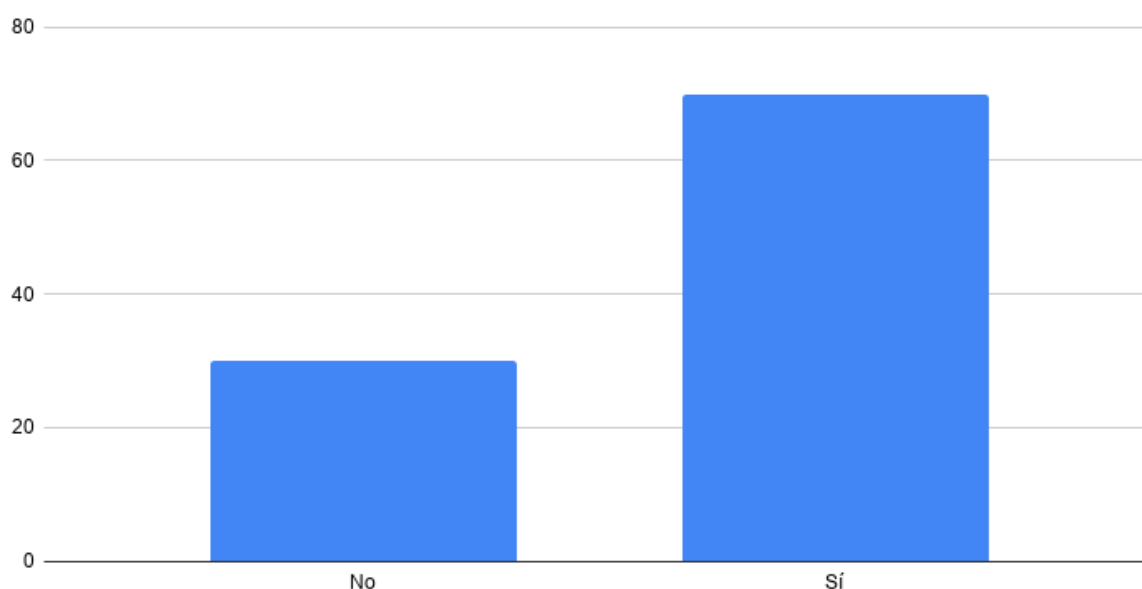


Fuente Roxana Cifuentes

Con las respuestas obtenidas de esta pregunta, se pudo demostrar que el 97% no tiene conocimiento de las actividades que el Teatro Nacional ha tenido actualmente, dejando así con un 3%, que si tienen conocimiento de ello.

Grafica No.4

Recuento de 5. ¿Estaría de acuerdo pagar una cuota más baja, para ver presentaciones teatrales privadas en vivo por medio de la plataforma Zoom?

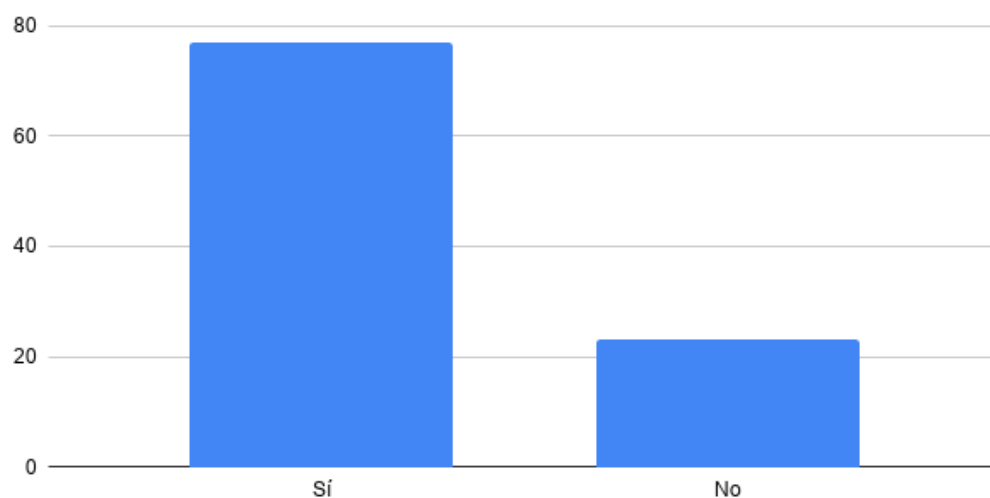


Fuente Roxana Cifuentes

A partir del confinamiento social por el que está pasando los guatemaltecos, los negocios han tenido una baja en sus servicios y productos, con esta pregunta se quiso encontrar una forma para poder generar algún ingreso, ya que no se ha podido llevar a cabo los eventos en las instalaciones del Teatro Nacional. Una propuesta clara podría ser generar un ingreso por medio de presentaciones teatrales privadas en vivo por medio de la plataforma *Zoom*, lo cual tuvo una respuesta mayormente afirmativa de las personas encuestadas, el 75% fue una respuesta positiva, en cuanto si estarían dispuestas a pagar y con 25% negativo.

Grafica No.5

Recuento de 6. ¿Le gustaría recibir algún taller en línea, de distintas temáticas por parte del Teatro Nacional?



Fuente Roxana Cifuentes

Parte de la idea es encontrar formas para generar ingresos en estos tiempos de crisis económica, el crear talleres para recibir clases por vía en línea para poder ir creando más interacción con los usuarios en diferentes ramas artísticas.

Se demostró que el 77% estaba interesado en recibir talleres en línea y el 23% no estaba interesado.

1.13 FODA

El FODA es una evaluación interna y externa de lo que sucede en una institución o empresa, con el fin de establecer estrategias ante retos o nuevas oportunidades de crecimiento para la misma. Esta es la herramienta que para encontrar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; con estos cuatro puntos se puede comprender la situación de un negocio, esto ayudara para tomar decisiones futuras.

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">✓ Una de las ventajas es que el Teatro Nacional de Guatemala cuenta con 3 redes sociales, un sitio <i>web</i> dedicado a compartir videos y una página <i>web</i> oficial, lo cual es de mucha importancia en esta era tecnológica ya que son medios virtuales. En su cuenta oficial de la red social <i>Facebook</i> tiene aproximadamente 35,000 personas que siguen su cuenta, es donde se tiene más interacción con el público.✓ Por el confinamiento social que se tiene por la pandemia COVID-19, se ha subido videos de presentaciones pregrabadas en el Teatro Nacional, las cuales no habían sido expuestas de forma gratuita, lo cual genera mucho interés en el espectador. Actualmente comparten a diario publicaciones de sus actividades, información gubernamental y del Ministerio de Cultura y Deportes.✓ Es el centro cultural más importante del país, donde se realizan diversas actividades culturales y de entretenimiento guatemalteco.	<ul style="list-style-type: none">✓ El recién cambio de dirección en el Teatro Nacional de Guatemala, puede tener un renacimiento en su administración y comunicación, ya que por cambio presidencial se dio también un cambio en la dirección de este centro.✓ Esta crisis puede ser la oportunidad para subir nuevo contenido llamativo y actualizar el que ya está, para que la gente conozca y tenga interés por el Teatro Nacional y así sea de impulso para cuando ya se haya terminado la crisis, tengan un interés y asistan al teatro.✓ El arte y la cultura es fundamental para sobrevivir al aislamiento y alejamiento social, sin embargo esta puede ser un buen elemento para distracción y relajamiento en este tiempo de stress y confinamiento social.✓ Por la crisis de la pandemia del COVID-19, se tiene oportunidad para hacer un plan de comunicación para una crisis de salud como la que se vive en la actualidad, esto con el fin de ayudar a sus trabajadores.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La poca información que hay acerca del teatro y sus actividades no contribuye a que los usuarios tengan una cercanía, debido a los cambios actuales se tomar un nuevo rumbo en la comunicación. ✓ La poca difusión o comunicación de la administración y presupuesto asignado al teatro no es de gran ayuda para los cambios que se deben de realizar con urgencia de acuerdo a las nuevas disposiciones sociales. ✓ No hay alianzas que ayuden al teatro en su comunicación con el público, ya que por ser una entidad del gobierno. ✓ La página oficial del Centro Cultural Miguel Ángel no tiene contenido en su apartado de noticias, no tiene información del cierre de actividades por el COVID-19, esto genera un problema para las personas que no cuentan con redes sociales y desean obtener información. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La decadencia del Teatro Nacional de Guatemala si se sigue con la mala comunicación que ha tenido hasta el momento con sus usuarios de modo virtual, esto contribuirá a que los usuarios busquen otras nuevas formas de distracciones, dejando a un lado las actividades culturales. ✓ La comunicación que se tiene actualmente en algunas de las redes sociales del Teatro Nacional de Guatemala es nula. La red social <i>Instagram</i> y <i>Twitter</i> cuentan con muy pocos usuarios, agregado a esto, el Teatro Nacional no le da ningún tipo de interacción a estas cuentas lo cual hace imposible que el usuario encuentre información de la institución.

Fuente Roxana Cifuentes

1.14 Problemas detectados

Se pudieron detectar los siguientes problemas:

1. Se pudo evidenciar que a las personas les gustaría encontrar más información en otra red social, ya que actualmente solo se tiene interacción e información en la red social *Facebook*. Esto quiere decir que la información y noticias solo está llegando a los usuarios que tienen esta red social anteriormente mencionada y que siguen el perfil del Teatro Nacional.
2. También se detectó, siguiendo en la misma línea de información, que la mayoría de personas no tiene conocimiento de las actividades actuales del Teatro Nacional.
3. Las personas quieren tener un tipo de interacción con el Teatro Nacional a distancia, por lo que se demostró el interés de recibir talleres de algún tema cultural o artístico que pueda ser interesante para los usuarios.
4. Como parte del diagnóstico se pudo visualizar la falta de actualización en el apartado de noticias en la página oficial, www.cmaa.gob.gt, del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, ya que actualmente no se encuentra ni un tipo de información.
5. En la página oficial se encuentran los enlaces a las redes sociales, donde no se ha tenido movimiento e interacción desde ya hace algún tiempo, como en *Instagram*, *Twitter* y *YouTube*.
6. Se verificó e indagó acerca de una de las partes fundamentales como institución pública, lo que es misión y visión propia del Teatro Nacional y se pudo comprobar que no cuentan con estos dos apartados.

Facebook: Esta red social tiene 34,795 personas que les gusta y 35,406 personas que siguen la página, sin embargo, para esta cantidad tienen muy pocas reacciones y casi no comparten su contenido. No hay tanta interacción.

Instagram: Esta red social solo tiene actualmente 2,845 seguidores y 734 publicaciones, teniendo su última el 8 de diciembre de 2018. (Asturias C. C., Instagram, 2020)

Twitter: En esta red social se tiene actualmente 1,441 seguidores, teniendo su última interacción el 30 octubre del 2018. (Asturias C. C., Twitter, s.f.)

YouTube: Tiene actualmente 44 suscriptores, el último video tuvo una visita hace 1 año.

Dada la situación actual de la pandemia COVID-19 se han visto en la necesidad de tomar la disposición del distanciamiento social, ya que esta institución requiere de interacción social y de presencia para poder apreciar las diversas actividades culturales. Teniendo a las redes sociales como la única forma de comunicación con las personas en este tiempo de crisis, lamentablemente la única red social *Facebook* tiene interacción y movimiento comunicacional respecto a videos de puestas que ya han sido realizados en el pasado en el Teatro Nacional, como anteriormente se mencionaba.

Se han limitado a trabajar con una red social teniendo a su disposición otras tres redes sociales y página oficial, lo cual hace que su presencia digital sea escasa, aun así siendo de los medios más importantes y usados en la época actual, cuando podría ser de provecho en estos tiempos de confinamiento social para dar un alivio y así acercar a la gente y no perder el arte y cultura en el país.

1.15 Planteamiento del problema comunicacional

El problema viable a resolver es el retomar la importancia del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias para que los guatemaltecos creen una identidad cultural, tomando como punto de partida la crisis actual y el confinamiento a la que los ciudadanos han sido sometidos, y que de esto sea una semilla de nuevas oportunidades para retomar la importancia de la identidad cultural y del arte guatemalteco y resurgir el valor del patrimonio cultural de la nación por medio de una comunicación e interacción a distancia.

1.16 Indicadores de éxito

El indicador principal para la realización del proyecto fue la encuesta y la observación, de acuerdo con la observación, se pudo ir tomando datos de la información que hay sobre el Teatro Nacional de Guatemala en el *internet*.

De parte de la encuesta se pudo demostrar que se adquiere poca información en las redes sociales, acerca de actividades y noticias del Teatro Nacional de Guatemala, así mismo se pudo evidenciar que al grupo encuestado le interesaría tener más conocimiento e información

de la institución por la red social *Instagram*, aparte de la red social *Facebook*, siendo esta en la que tiene más actividad virtual actualmente como consecuencia del confinamiento de la pandemia COVID-19.

Una posible solución a esta problemática comunicacional sería el retomar el interés a las actividades que el Teatro Nacional de Guatemala está llevando a cabo, así mismo crear un interés cultural y artístico en las personas. Se puede manejar como vía de solución el realizar dos artes, uno para la red social *Instagram* y la otra para la red social *Facebook*, promoviendo la cultura guatemalteca en el Teatro Nacional, a través de las redes sociales, así poder hacer énfasis, que a pesar de la pandemia COVID-19 por la que está pasando el país, la cultura y el arte no morirán.

Crear misión y visión estará como parte de las propuestas para que el Teatro Nacional de Guatemala cuente con estos apartados. También se puede agregar como parte de las soluciones a futuro a las problemáticas que se han generado el crear eventos de forma privada, vía en línea por medio de *Zoom*, teniendo este un costo significativo. Así mismo, la idea de crear talleres con el mismo fin de crear un ingreso económico tanto para el Teatro como para los artistas que han sido afectados económicamente por los cambios que se han generado desde el confinamiento social.

1.17 Proyecto a desarrollar

Promover el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional como una identidad cultural en los guatemaltecos.

CAPITULO II

2. Plan estratégico de comunicación

Se puede definir como una planificación de que es lo que se hará en un futuro, tomando en cuenta métodos para su propia ejecución y así lograr los objetivos que se hayan planteado mediante al diagnóstico. Cuando se habla de “estratégico” se puede definir como un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, misión u objetivo. (Aljure Saab, El Plan Estratégico de Comunicación, Método y Recomendaciones Prácticas para su Elaboracion, 2015)

Previo a llegar a tener un plan estratégico, se debe hacer un análisis de la situación interna y externa, la cual ya fue ejecutada, siguiendo de un diagnóstico, para poder concretizar un plan estratégico, para decidir que se realizara, hacia donde dirigirse y que se hacer en el futuro, que es lo que se busca ejecutar en el Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias.

2.1. Descripción técnica de la Estrategia del proyecto

El proyecto de comunicación por implementar en el Teatro Nacional de Guatemala Miguel Ángel Asturias está orientado para alcanzar un nivel determinado de notoriedad. Se evidencia la necesidad de abordar el presente plan estratégico desde el punto de vista de la comunicación publicitaria.

Las técnicas a desarrollarse se basan de acuerdo con las estrategias que se quieren implementar para poder generar más interacción e interés hacia el Teatro Nacional de Guatemala, para darle seguimiento a la línea que ya tienen implementada en sus redes sociales.

Una de las técnicas es incrementar la atención hacia el Teatro Nacional en las redes sociales, *Instagram* y *Facebook*, hoy por hoy es importante para cualquier negocio u entidad tener interacción e información en las redes sociales las cuales están revolucionando el *internet*. *Instagram* cuenta con más de 150 millones de usuarios registrados que cada día comparten sus mejores momentos a través de la aplicación. (Nuñez, s.f.)

Es importante recalcar que esta red social es visual que es lo que la hace tan exitosa, con una imagen o vídeo se pueden transmitir lo que muchas veces el texto no puede, que son las emociones.

Realizar publicaciones en la red social *Instagram*, será otra de las técnicas que se busca implementar de igual manera se busca publicar en la red social *Facebook*, siguiendo la misma línea.

2.2. Objetivos de la estrategia

2.2.1. Objetivo general

- Fortalecer el alcance cultural en los guatemaltecos en forma virtual del Teatro Nacional de Guatemala, Miguel Ángel Asturias.

2.2.2. Objetivos específicos

- Relacionar la información de la red social *Facebook* con la red social *Instagram* oficial del Teatro Nacional, Miguel Ángel Asturias y darle una continuidad e interacción.
- Demostrar información actual de los eventos que se están llevando a cabo vía en línea en su página oficial en el apartado de noticias, con el fin de que las personas puedan tener más opciones de búsqueda.
- Crear el apartado de misión y visión propias del Teatro Nacional de Guatemala.

2.3. Misión

Que las personas tengan ese acercamiento hacia el arte y la cultura la cual sigue viva teniendo en cuenta los cambios sociales actuales de confinamiento social por la pandemia COVID-1. Con esto atraer la atención por las actividades que se estén dando a través de las redes sociales del Teatro Nacional de Guatemala.

2.4. Visión

Dar un seguimiento de forma virtual con los usuarios en las redes sociales oficiales *Instagram* y *Facebook* del Teatro Nacional de Guatemala, Miguel Ángel Asturias. Así mismo para que se pueda tener un conocimiento de dónde encontrar información acerca de las

diferentes actividades que se llevan a cabo por vía en línea y poder llegar a tener una conexión a distancia con los usuarios, para lograr seguir capturando el interés y agrado de los mismos.

2.5. Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará

2.5.1. Comunicación

Cuando se habla del origen de la comunicación se puede decir que ha sido teorizada, redimida, subvalorada y manejada de tantas formas que a veces se obvia por la cotidianidad con que es vista, es tan antiguo su origen, que mientras más se complejizaban más crecía la necesidad de desarrollarse e interactuar entre ellos, busca de beneficios en común, división del trabajo y el establecimiento de jerarquías, el nivel de organización creció y se hizo imprescindible la evolución del lenguaje

Con los años, la comunicación dejó de ser únicamente lenguaje, para convertirse paulatinamente en medio de comunicación masiva y mediación cultural. En los tiempos modernos comunicar significa poner en común con otro, ideas, pensamientos, a través de diferentes canales y con un código compartido. Debido a esto resulta un fenómeno difícil de conceptualizar; existen miles de definiciones y diferentes enfoques que se han dado a lo largo de los años. (EcuRed)

Genéricamente “comunicación” es la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otros, informaciones, sentimientos y vivencias. Más concretamente, la comunicación es la transferencia de un mensaje, de un emisor a un receptor. (Empresas, 2008)

2.5.2. Elementos que intervienen en la comunicación

El mensaje. Formado por las diferencias ideas o informaciones, que se transmiten mediante códigos, claves, imágenes. Etc., cuyo significado interpretará el receptor.

El emisor y el receptor. El emisor es el sujeto que comunica en primer lugar o toma la iniciativa de ese acto de comunicación, mientras que el receptor es el que recibe el mensaje.

El código. Es el conjunto de claves, imágenes, lenguaje, etc., que sirven para transmitir el mensaje. Debe ser compartido por emisor y receptor.

El canal. Es el medio a través del cual se emite el mensaje. Habitualmente se utiliza el oral-auditivo y el gráfico-visual completándose.

El contexto. Se refiere a la situación concreta donde se desarrolla la comunicación. De él dependerá en gran parte la forma de ejercer los roles por parte de emisor y receptor.

Los ruidos. Son todas las alteraciones de origen físico que se producen durante la transmisión del mensaje.

Feedback o retroalimentación. Es la información que devuelve el receptor al emisor sobre su propia comunicación, tanto en lo que se refiere a su contenido como a la interpretación del mismo o sus consecuencias en el comportamiento de los interlocutores.

2.5.3. Comunicación externa

Va dirigida al público externo como clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general. Esta determinada para las personas que no tienen relación con la empresa o es limitada.

2.5.4. Comunicación interna

Está orientada al público interno que es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculadas con ella. En el caso de una empresa, está integrado por accionistas, directivos, empleados, contratistas, etc. (Vertice, 2008)

Esta comunicación tiene lugar en el personal que está dentro de una organización, se puede manejar de dos maneras que son la formal e informal. La comunicación formal se limita únicamente a aspectos laborales, en la cual prevalece mucho por el medio escrito, esto hace que sea de una manera más lenta ya que debe pasar por todos los procedimientos burocráticos. La comunicación informal dentro de una empresa se basa en canales de comunicación no oficiales a pesar que es referido por aspectos laborales.

2.5.5. Estrategia

Se debe tomar en cuenta que a la hora de crear una estrategia se tomará una serie de decisiones que conllevarán a generar acciones para lograr los objetivos que se hayan propuesto. Para tener un concepto más claro de lo que es una estrategia, se puede definir como; en su significado básico se trata de lo concerniente al mando de un ejército o de una armada. Lo estratégico está asociado con la capacidad de maniobra, con el poder para realizar determinada acción, con la pericia; en una palabra, con la competencia entendida, de manera especial, como un asunto colectivo y amigable. (Tobón, 2004)

A la manera en cómo se crea un plan para dirigir algún asunto, se conforma por acciones que se planifican, las cuales ayudan a la toma de decisiones y con esto conseguir mejores resultados, teniendo como finalidad alcanzar uno o varios objetivos.

2.5.6. Plan Estratégico

Cuando se habla de un plan estratégico, primero se debe entender que es una planeación en una organización, esta consiste en ciertos puntos que se deben establecer donde se conllevan los objetivos planteados, los procesos o actividades que sean necesarias para lograr así mismo los objetivos, los recursos; al mencionar este punto, se debe determinar una serie de elementos que lo conforman, como recursos financieros, equipos, materiales, talento humano, medios o canales que se requieren para desarrollar dichos procesos en favor del logro de los objetivos. También se debe incluir los proveedores de los recursos y las formas en que se mide el uso eficiente de los mismos y con esto verificar el logro que se quiere tener de los objetivos.

Se debe tomar en cuenta que se deben acatar las políticas, normas, estándares; entre otros, de la institución, los cuales son requeridos para llevar a cabo el plan que se establezca y poder llevar una ejecución que implemente dicho plan con dichos recursos.

Entendemos como estrategia a “un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, misión u objetivo”. (Aljure Saab, 2015, pág. 27)

Este se elabora entendiendo desde dónde se inicia, hacia dónde se quiere finalizar y lo más importante cómo se va a lograr llegar hasta ese punto. Todo debe ir coherente y alineado con las necesidades, objetivos y metas de la institución. Se pueden tener planes estratégicos de distintos periodos, como años e incluso de meses, de acuerdo a esto también se derivan si los planes serán de largo, medio o corto plazo para poder llevar a cabo la ejecución y así mismo definir qué clase de planes serán de marketing, producción, tecnología, comunicación, entre otros.

2.6. Alcances y límites de la estrategia

2.6.1 Alcances

- a) Obtener un diagnóstico de las problemáticas comunicacionales del Teatro Nacional de Guatemala, Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.
- b) Planteamiento de las propuestas para posibles soluciones a las problemáticas comunicacionales, surgidas a partir de la epidémica COVID-19, del Teatro Nacional de Guatemala.
- c) Estudio puede ser una herramienta para poder mejorar algunos de los puntos débiles del Teatro Nacional de Guatemala, los cuales se puedan realizar a futuro.
- d) Crear contenido de apoyo para las redes sociales del Teatro Nacional de Guatemala.
- e) Crear la misión y visión propia del Teatro Nacional de Guatemala.

2.6.2. Límites

- a) El presupuesto con el que se trabajó fue otorgado en su totalidad por el epecista.
- b) La pandemia COVID-19, actualmente ha restringido a todos los ciudadanos guatemaltecos a mantenerse en un confinamiento social, el cual limita a poder realizar el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) con total normalidad.
- c) La limitante de información en el *internet* acerca del Teatro Nacional de Guatemala.
- d) El no obtener respuesta de la institución para evaluar qué tema debía ser reforzado en artes para las redes sociales y en el video del Teatro Nacional

2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Para poder establecer el plan estratégico comunicacional se inició con un diagnóstico, el cual fue la pauta para poder definir cuáles serían las propuestas que se planearían a realizar en el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional de Guatemala, basados en los resultados obtenidos en dicho diagnóstico.

2.8. Actividades para la operatividad de la estrategia

2.8.1 Redes sociales

De acuerdo al análisis y resultados obtenidos en el diagnóstico, la red social *Instagram* oficial del Teatro Nacional encontrada como CCMAA Gt, actualmente cuenta con apenas 2,833 seguidores, siendo así uno de los lugares icónicos de la cultura guatemalteca. Esta red social tiene su última publicación el 8 de diciembre de 2018, lo cual deja en evidencia que hace más de un año no se le ha dado uso adecuado a esta red social.

En la encuesta que se dio en el diagnóstico se pudo evidenciar, que la otra red donde las personas les gustaría encontrar información sobre el Teatro Nacional, fuera la red social *Instagram*. Por lo que se busca la manera de darle un resurgimiento a la cuenta oficial en *Instagram* del Teatro Nacional, de manera que actualmente la información de los eventos y noticias que está siendo posteada en la cuenta oficial de *Facebook* sea de la misma manera posteada en *Instagram* y con esto crear contenido de calidad

Conjunto a esto, se propone la estrategia de realizar artes para postear tanto como en la red social *Facebook* como en la red social *Instagram*, con el fin de que el Teatro Nacional sea de mención en ambas redes, en las cuales las personas puedan ver ambas publicaciones ya sea cual red social utilizan y con esto poder ver publicaciones de los eventos e información del Teatro Nacional.

2.8.2 Misión y visión

Otro punto importante que se diagnosticó fue que el Teatro Nacional de Guatemala no cuenta con misión ni visión propia de la institución, las mismas fueron encontradas, sin embargo eran del Ministerio de Cultura y Deportes, por lo que se propone la creación de misión y visión propia del Teatro Nacional de Guatemala, Miguel Ángel Asturias, para que puedan dar a conocer sus principios como entidad cultural de los guatemaltecos.

2.8.3 Video motivacional

Se realizará un video del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional de Guatemala, con el fin de mostrar que a pesar de la crisis en la que se está viviendo actualmente por la pandemia COVID-19, pronto se volverán a crear esas buenas experiencias que los usuarios han tenido a lo largo de los años en el Teatro Nacional.

2.9 Cronograma

Mes	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realización de Artes para redes sociales																
Realización de misión y visión																
Realización de video para el Teatro Nacional																
Publicación de Artes en la red social <i>Facebook e Instagram</i>																
Publicación de Video del Teatro Nacional de Guatemala																
Entrega de misión y visión para el Teatro Nacional																
Conferencias																
Entrega de fase de ejecución																

Elaboración propia

5.10 Financiamiento

El financiamiento será cubierto en su totalidad por el epecista ya que la institución no podía darle una ayuda económica por la situación de crisis en la que se está por la pandemia COVID-19.

2.11 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
2	Artes para redes sociales, <i>Instagram</i> y <i>Facebook</i>	Q225.00	Q450.00	Epecista
1	Misión y visión para previa revisión con autoridades.	Q.700.00	Q700.00	Epecista
1	Video para el Teatro Nacional	Q3,500.00	Q3,500.00	Epecista
1	Computadora	Q6000.00	Q6,000.00	Epecista
1	Energía eléctrica	Q100.00	Q100.00	Epecista
1	Internet	Q250.00	Q250.00	Epecista
1	Transporte	Q150.00	Q150.00	Epecista
		Total del Proyecto	Q11,150.00	

Fuente Roxana Cifuentes

2.12 Beneficiarios

Las propuestas a realizar beneficiaran primero al Teatro Nacional de Guatemala, ya que se daría más continuidad a sus redes sociales, las cuales son una herramienta fundamental en estos tiempos y así poder dar conocimiento de la información sobre sus noticias y eventos actuales. Otro punto en el que se beneficiarían como institución, será el tener una visión y misión propia, en la que se mostrara la declaración de principios y propósitos de la empresa como tal.

Como segundos beneficiarios serían los seguidores y usuarios del Teatro Nacional, ya que podrían tener una cercanía virtualmente más amplia con la institución y podrían ser parte de las actividades que se realizan en línea por el confinamiento social en que se vive actualmente.

2.13 Recursos humanos

Nombre	Puesto
Arquitecta Lorena Recinos	Directora del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias
Licenciada Greis Sim	Coordinadora Administrativa
Licenciada Alma Castro	Coordinadora del área de comunicación
Doctor José María Torres	Coordinador EPS de Licenciatura
Master Evelyn Morazán	Coordinadora EPS de Licenciatura
Master Marvin Sarmientos	Asesor de EPS de Licenciatura
Roxana Cifuentes	Epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Fuente Roxana Cifuentes

2.14 Áreas geográficas de acción

Las propuestas definidas se realizarán vía en línea, ya que actualmente las actividades presenciales del ejercicio profesional supervisado están suspendidas a causa de la pandemia COVID-19, que dio inicio en el mes de marzo, por lo que por órdenes presidenciales del gobierno de Guatemala, se han cancelado todo tipo de actividades académicas presenciales.

Las propuestas se trabajaran desde el hogar del epecista, por vía en línea para tratar todo tipo de temas y propuestas para el Teatro Nacional, comunicándose con las autoridades por medio de correos, video llamadas, conferencias por medio de *zoom*, *chats*, entre otros.

Sin embargo la propuesta de realizar un video, se trabajara haciendo tomas en el mismo Teatro Nacional, ubicado en la zona 1 de la 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
Arte para las redes sociales oficiales del Teatro Nacional, <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	Crear una conexión entre ambas redes sociales para que los usuarios puedan darle seguimiento a la información que se postea sobre sus actividades.	Q450.00	Coordinadores del Ejercicio práctico supervisado. Lic. José María Torres y Master Evelyn Morazán.	Ciudad Capital de Guatemala	Teatro Nacional de Guatemala y usuarios del mismo.	28 de agosto de 2020, primera publicación
Creación de misión y visión propias del Teatro Nacional de Guatemala.	Dar a conocer sus principios como entidad cultural de los guatemaltecos, para dar a definir qué es lo que quieren transmitir.	Q700.00	Coordinadores del Ejercicio práctico supervisado. Lic. José María Torres y Master Evelyn Morazán.	Teatro Nacional de Guatemala	Teatro Nacional de Guatemala, Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.	24 de agosto de 2020, entrega de Visión y Misión al Teatro Nacional
Video del Teatro Nacional de Guatemala	Se busca mostrar sensibilidad a pesar del distanciamiento que el Teatro Nacional está teniendo con el público.	Q3,500.00	Coordinadores del Ejercicio práctico supervisado. Lic. José María Torres y Master Evelyn Morazán	Ciudad Capital de Guatemala	Teatro Nacional de Guatemala y usuarios del mismo.	Publicado el 31 de agosto de 2020 en la red social del Teatro Nacional

Fuente Roxana Cifuentes

CAPITULO III

3. Informe de ejecución

3.1 Artes para las redes sociales *Facebook* e *Instagram*

3.1.1 Objetivo de la actividad

El objetivo que tuvo la publicación de las artes en las redes sociales oficiales del Teatro Nacional de Guatemala, Miguel Ángel Asturias fue el crear una conexión con las dos redes sociales, *Facebook* e *Instagram*, donde se hacía propaganda del teatro, haciendo mención del arte y cultura en Guatemala en estos tiempos de crisis por la cual el país está pasando y así el crear la interacción con los usuarios.

3.1.2 Medio utilizado

Correo institucional y redes sociales oficiales del Teatro Nacional de Guatemala, *Facebook* e *Instagram*.

3.1.3 Área geográfica de impacto

Guatemala.

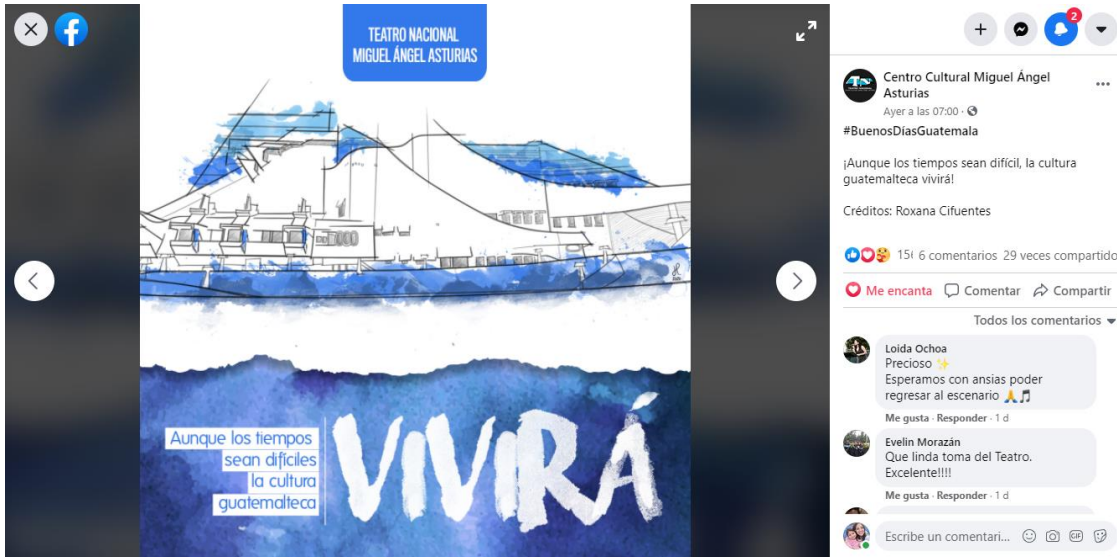
3.1.4 Presupuesto invertido en esta acción

Se realizaron dos propuestas, una para la red social *Facebook*, la otra propuesta para la red social *Instagram*, con un costo de Q450.00 por los dos artes.

3.1.5 Validación

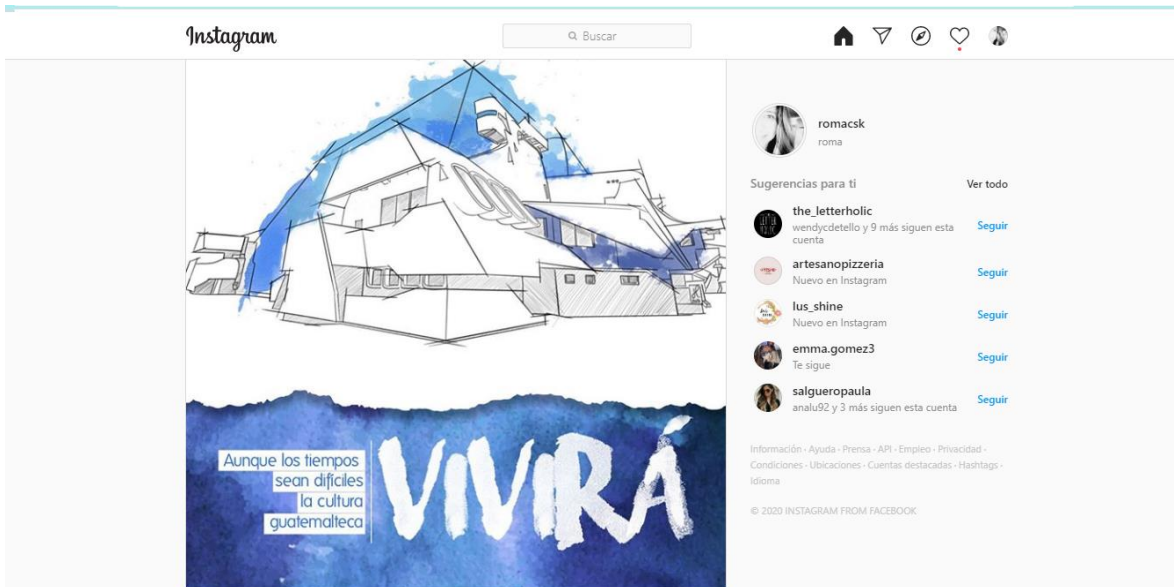
Link de la página de *Facebook* oficial del Teatro Nacional.

<https://www.facebook.com/ccmaagt/photos/a.386345498935/10158623051178936/>



Link de la página de Instagram

<https://www.instagram.com/p/CEf9d4fgFnuZZRHcOW4sUh0ksH4CrbOVV8o5as0/>



3.2 Visión y misión

3.2.1 Objetivo de la actividad

El objetivo de crear la misión y visión del Teatro Nacional de Guatemala surgió al momento de diagnosticar que la institución no contaba con estos apartados propios, lo cual es oportuno que como Centro Cultural de Guatemala es importante que puedan dar a conocer sus principios y propósitos institucionales para comprender el funcionamiento del Teatro como tal.

3.2.2 Medio utilizado

Medio virtual.

3.2.3 Área geográfica de impacto

Ciudad de Guatemala

3.2.4 Presupuesto invertido en esta acción

El presupuesto destinado para impresión de misión y visión en formato acrílico con base acrílica fue de Q700.00.

3.2.5 Validación

A continuación misión y visión escrita por epecista.

Misión

El Teatro Nacional es el Centro Cultural de Guatemala, dedicado a difusión y producción de las artes escénicas, así mismo como los eventos de otros géneros para difundir el arte internacional y sobre todo el guatemalteco, a fin de seguir difundiendo el arte y la cultura en el territorio nacional.

Nuestra misión es poder llegar a nuestras audiencias con accesibilidad, adaptándonos a los cambios sociales. Contribuyendo a la conservación y la promoción de la cultura y el arte, creando una identidad cultural en cada guatemalteco.

Visión

Expansión y desarrollo de nuevos públicos para ir construyendo una identidad cultural en las futuras generaciones a favor de una sociedad con diversidad cultural en constante evolución, hacia un progreso y entendimiento mutuo.



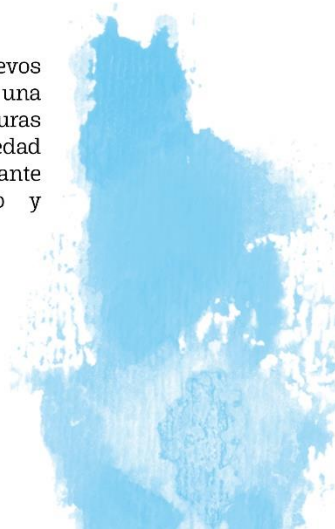
Misión

El Teatro Nacional es el Centro Cultural de Guatemala, dedicado a difusión y producción de las artes escénicas, así mismo como los eventos de otros géneros para difundir el arte internacional y sobre todo el guatemalteco, a fin de seguir difundiendo el arte y la cultura en el territorio nacional.

Nuestra misión es poder llegar a nuestras audiencias con accesibilidad, adaptándonos a los cambios sociales. Contribuyendo a la conservación y la promoción de la cultura y el arte, creando una identidad cultural en cada guatemalteco.

Visión

Expansión y desarrollo de nuevos públicos para ir construyendo una identidad cultural en las futuras generaciones a favor de una sociedad con diversidad cultural en constante evolución, hacia un progreso y entendimiento mutuo.



3.3 Video del Teatro Nacional

3.3.1 Objetivo de la actividad

El objetivo de crear un video del Teatro Nacional de Guatemala fue, no solo el admirar su belleza arquitectónica que lo caracteriza, si no el mostrar una sensibilidad con el distanciamiento que ha tenido el Teatro Nacional con los usuarios a raíz de la pandemia COVID-19, con una frase del Ingeniero Efraín Recinos.

3.3.2 Medio Utilizado

Medio virtual, canal de *YouTube* y red social *Facebook*, oficial del Teatro Nacional.

3.3.3 Área Geográfica de Impacto

Ciudad de Guatemala

3.3.4 Presupuesto invertido en esta acción

Al ser un video se trató la manera que fuera una producción de calidad para el Teatro Nacional, se pudieron obtener capturas con *Dron* y vistas espectaculares donde se puede visualizar la arquitectura tan característica del teatro, tuvo un costo de Q3500.00.

3.3.5 Validación

Link de la red social *Facebook* oficial del Teatro Nacional.

<https://www.facebook.com/ccmaagt>



3.5 Conclusiones

- a) El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional de Guatemala es una institución reconocida a nivel nacional por difundir el arte y la cultura en Guatemala, por lo que es de suma importancia mantener su relación de manera virtual en estos tiempos de confinamiento social por la pandemia COVID-19.

- b) El crear artes para las redes sociales oficiales del Teatro Nacional será indispensable para el seguimiento de una comunicación virtual y así mismo fortalecer el tema cultural en el país.

- c) El tener una misión y visión propias para el Teatro Nacional de Guatemala es fundamental para transmitir sus principios y propósitos.

- d) El dar un mensaje conciso y claro por medio de un video puede ser de mucha ayuda en cuanto a los usuarios del Teatro Nacional, que no han podido tener esa cercanía hacia la institución durante todo el tiempo de la pandemia por la que está pasando el país de Guatemala.

3.6 Recomendaciones

- a) Es importante que el Teatro Nacional pueda tomar en consideración el tomar y hacer legales los apartados de misión y visión, ya que son fundamentales para el funcionamiento y dirección adecuada de toda institución.

- b) Se está en una evolución constante por lo cual es importante que den seguimiento a las redes sociales oficiales del Teatro Nacional, en especial a la red social *Instagram*, la cual está sin funcionamiento desde el año 2,018.

- c) A raíz del inicio de la pandemia COVID-19, la sociedad guatemalteca ah interactuado virtualmente con las empresas e instituciones, por lo que se recomienda al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional de Guatemala que a través de la encuesta realizada a un grupo de personas por *Facebook*, hacer talleres virtuales por parte del Teatro Nacional y presentaciones privadas por medio de la plataforma *Zoom*.

- d) Se recomienda a la Escuela Ciencias de la Comunicación que se tomen en cuenta la realización de algunos trabajos de forma virtual a causa de sucesos externos a los epecistas, como lo fue con la pandemia COVID-19 en este año 2,020.

Referencias Bibliografía

- Aljure Saab, A. (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación Método y Recomendaciones Prácticas para su Elaboración*. Barcelona: Oberta UOC Publishing, SL.
- Aljure Saab, A. (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación, Método y Recomendaciones Prácticas para su Elaboracion*. España: UOC.
- Cabrera, B. A. (Marzo de 2001). *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación, Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias*. Guatemala.
- Contreras, J. E. (Julio de 2017). *Estrategia de Comunicación Visual en Apoyo a los Procesos de Comunicación y Posicionamiento del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias*. Guatemala.
- Empresas, D. y. (2008). *Comunicacion Interna*. España: Editorial Vértice.
- Orozco Matul, N. N. (Septiembre de 2012). *Análisis Arquitectonico y Representacion Gráfica del Teatro Nacional de Guatemala*. Guatemala, Guatemala .
- Piloña, G. A. (2012). *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo*. Guatemala: Cimgra.
- Piloña, G. A. (2012). *Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo*. Guatemala: CIMGRA.
- Tobón, R. (2004). *Estrategias comunicativas en la educación*. Colombia: Universidad de Antioquía.
- Torres , E. (05 de Julio de 2013). *Ministerio de Cultura y Deportes* . Obtenido de <http://mcd.gob.gt/mision-y-vision/>
- Torres, K. M. (Noviembre de 2009). *Complejo Cultural para el desarrollo de las artes, Amatitlán Guatemala. Complejo Cultural para el desarrollo de las artes, Amatitlán Guatemala*. Guatemala, Guatemala, Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.
- Vertice, E. (2008). *Comunicación Interna*. España : Vertice.

E-grafías

- América, D. d. (10 de Diciembre de 2007). Obtenido de <https://ccmaa.gob.gt/wp-content/uploads/2018/05/Acuerdo-Ministerial-817-2007-Creaci%C3%B3n-del-Consejo.pdf>
- Asturias, C. C. (15 de mayo de 2020). *Instagram*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de ccmaa.gt: <https://www.instagram.com/ccmaa.gt/?hl=es>
- Asturias, C. C. (s.f.). *Centro Cultural Miguel Ángel Asturias*. Obtenido de <https://ccmaa.gob.gt/contacto/>
- Asturias, C. C. (s.f.). *Centro Cultural Miguel Ángel Asturias* . Obtenido de <https://ccmaa.gob.gt/historia/>
- Asturias, C. C. (s.f.). *Twitter*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de CCMAA GT: <https://twitter.com/ccmaag?lang=es>
- Deporte, M. d. (Marzo de 2018). *Ministerio de Cultura y Deporte* . Obtenido de Manual de Seguridad e Higiene Ministerio de Cultura y Deporte: http://mcd.gob.gt/informes/ruta/Transparencia/MANUAL_DE_SEGURIDAD_E_HIGIENE.pdf
- Deportes, M. d. (03 de junio de 2014). *Ministerio de Cultura y Deportes*. Obtenido de <http://mcd.gob.gt/teatro-nacional/>
- Deportes, M. d. (06 de mayo de 2020). *Ministerio de Cultura y Deportes*. Obtenido de <http://mcd.gob.gt/autoridades-nombran-a-directora-del-centro-cultural-miguel-angel-asturias/>
- Deportes, M. d. (s.f.). *Ministerio de Cultura y Deportes*. Obtenido de <http://mcd.gob.gt/wp-content/uploads/2015/02/organigrama2.pdf>
- EcuRed. (s.f.). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: <https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n>
- EFE. (4 de abril de 2020). *Agencia EFE*. Obtenido de <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/guatemala-ordena-cuarentena-departamental-tras-segunda-muerte-por-el-covid-19/20000013-4213710>
- Ejecutivo, O. (6 de Marzo de 2020). *Diario de Centro América*. Obtenido de <https://www.aguilarcastillolove.com/assets/covid-19/guatemala/documents/06.03.2020%20Decreto%20Gubernativo%205-2020%20Estado%20de%20Calamidad.pdf>
- Gabriela. (14 de junio de 2019). *Guatemala.com*. Obtenido de Guatemala.com: <https://aprende.guatemala.com/cultura-guatemalteca/patrimonios/centro-cultural-miguel-angel-asturias/>

- Gaytán, E. (12 de agosto de 2018). *El Relato*. Obtenido de El Relato: <https://www.relato.gt/actualidad/el-teatro-nacional-un-lugar-donde-imperan-la-incertidumbre-la-tension-y-las-acusaciones>
- Giraldo, O. (14 de Febrero de 2019). *Tangroop*. Obtenido de <https://www.tangroop.com/blog/la-comunicacion-en-la-era-digital>
- Guzmán Martínez, G. (s.f.). *Psicología y Mente*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/psicologia/modelo-de-lasswell>
- Núñez, V. (s.f.). *Blog*. Obtenido de <https://vilmanunez.com/como-crear-publicaciones-efectivas-en-instagram/>
- OMS. (s.f.). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=CjwKCAjw5cL2BRASEiwAENqAPqTMjZUii6sWC86j3LaZESTRM_6sgaQM9Q83yeD8g9JN3clro9WSIBoCxhMQAvD_BwE
- Salud, O. M. (2020). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de Organizacion Mundial de la Salud : https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?gclid=Cj0KCQjwn7j2BRDrARIsAHJkxmyJWiBLmN-Z2kwVxdG7AnMnNFEIgu7pvw9Kkbf5rTcW724CTXiqquYaAjKEEALw_wcB
- Sanchez, G. (marzo de 15 de 2020). *Republica*. Obtenido de <https://republica.gt/2020/03/15/cultura-cancela-actividades-artisticas-y-deportivas-por-coronavirus/>

Anexos

Imagen 1 y 2, artes para las redes sociales *Facebook e Instagram*

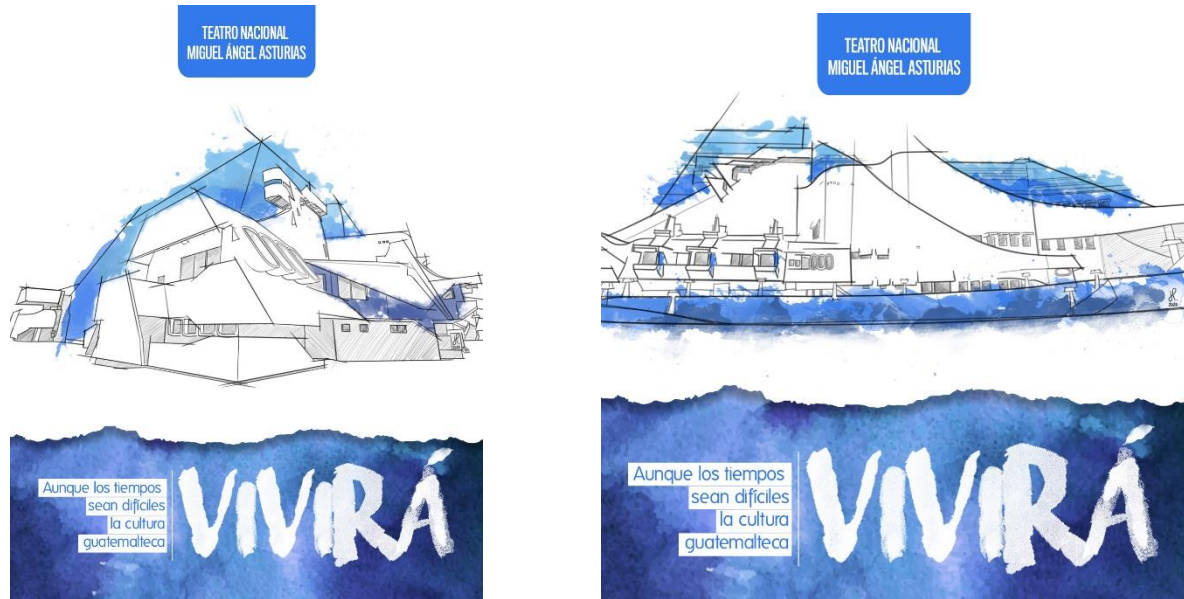


Imagen 3, visión y misión para el Teatro Nacional de Guatemala.



Imagen 4, video del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Teatro Nacional, en la plataforma *YouTube*.

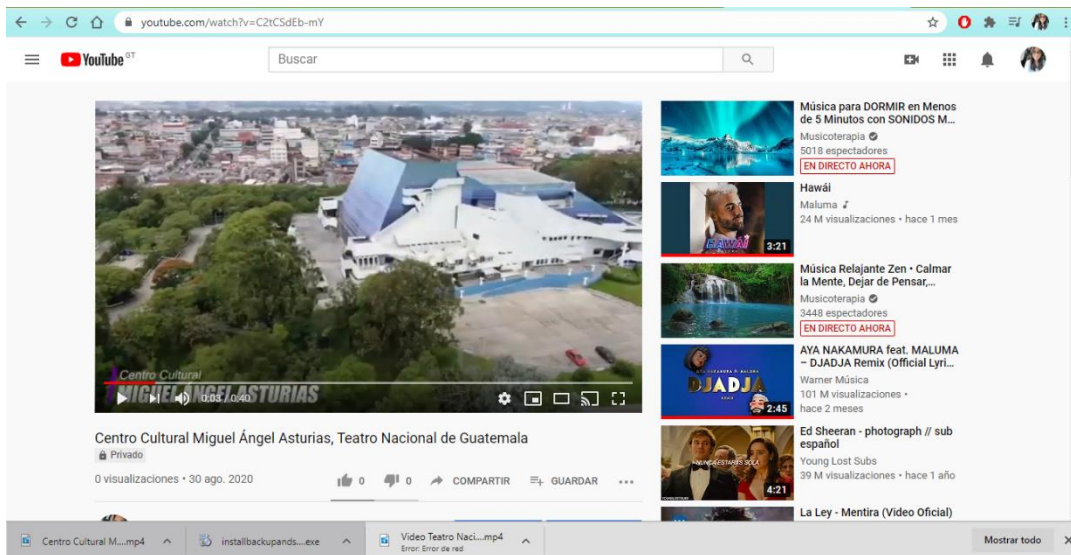


Imagen 5, fotografía con coordinadores en la entrega de carta del ejercicio profesional supervisado a las autoridades del Teatro Nacional.



Imagen 6, Captura de pantalla de videoconferencias a lo largo del ejercicio profesional supervisado, impartido por asesores y colaboradores.

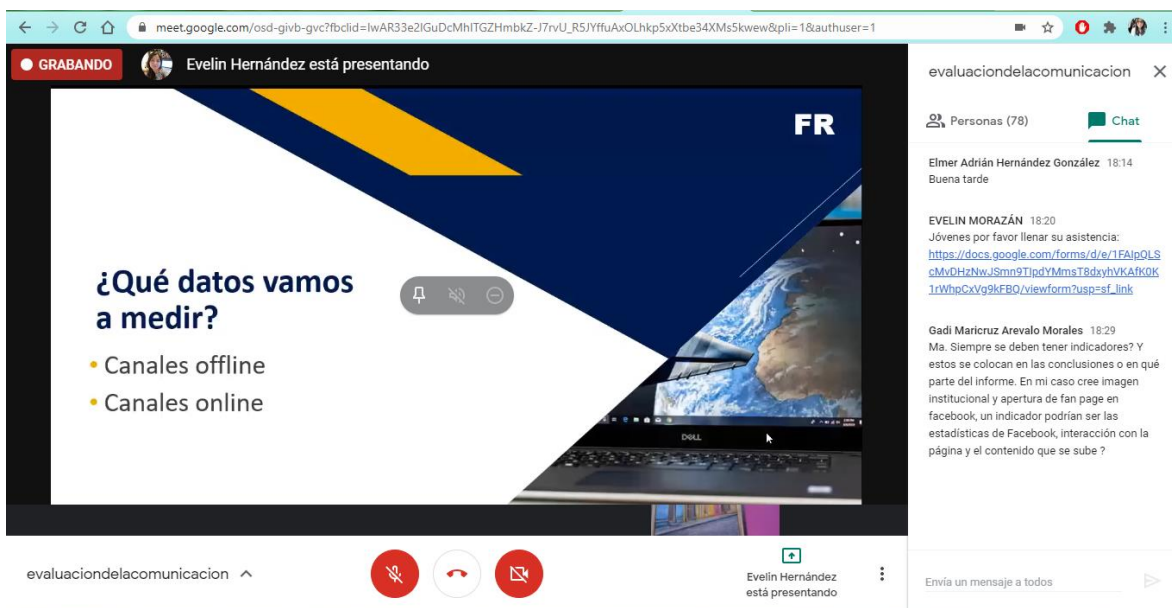
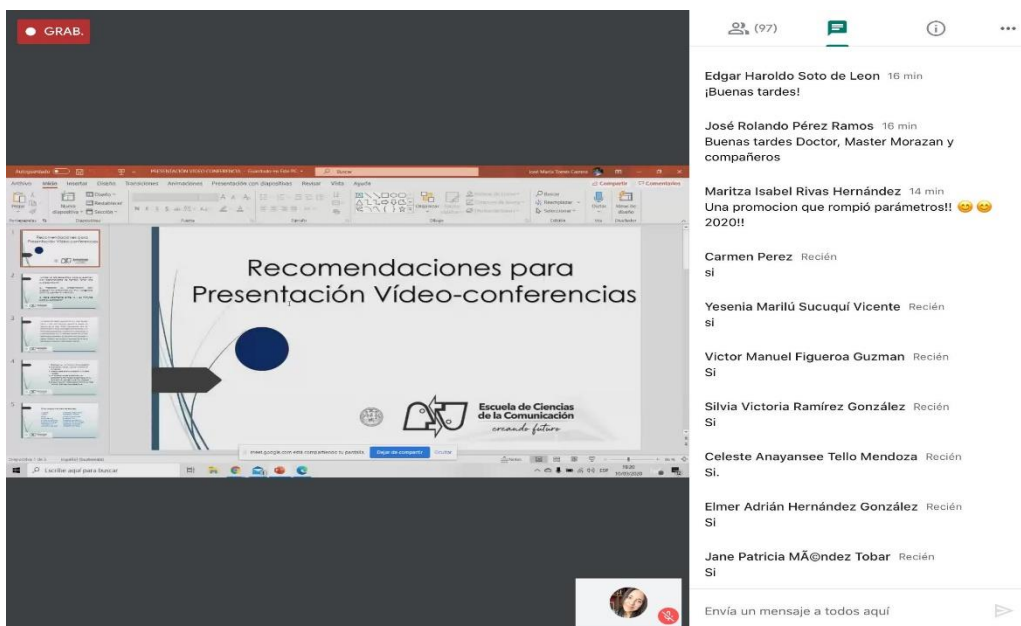


Imagen 7, Captura de pantalla de videoconferencias a lo largo del ejercicio profesional supervisado, impartido por asesores y colaboradores.



Encuesta

3/7/2020 Encuesta "Análisis de Comunicación en Redes Sociales del Teatro Nacional de Guatemala"

Encuesta "Análisis de Comunicación en Redes Sociales del Teatro Nacional de Guatemala"

Con la finalidad de crear las condiciones para conocer el impacto de la pandemia COVID-19 en el Teatro Nacional de Guatemala y conocer si existe una brecha digital de las tecnologías de información, aplicaciones y procesos comunicacionales actualizados, le solicitamos respetuosamente contestar las siguientes preguntas. El manejo de los datos es estrictamente confidenciales. Los resultados serán importantes para el apoyo de la institución y futuro manejo estratégico de su comunicación externa. ***Obligatorio**

1. Género *

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

2. Edad *

3. ¿En cuál red social exceptuando Facebook, le gustaría tener más información sobre el Teatro Nacional de Guatemala? Especifique *

4 A raíz de la pandemia COVID-19, se ha tenido que entrar en confinamiento social. ¿Usted tiene conocimiento de las actividades en las redes sociales que ha realizado actualmente el Teatro Nacional de Guatemala? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

- 5 ¿Estaría de acuerdo pagar una cuota más baja, para ver presentaciones teatrales privadas en vivo por medio de la plataforma Zoom? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

- 6 ¿Le gustaría recibir algún taller en línea, de distintas temáticas por parte del Teatro Nacional? *

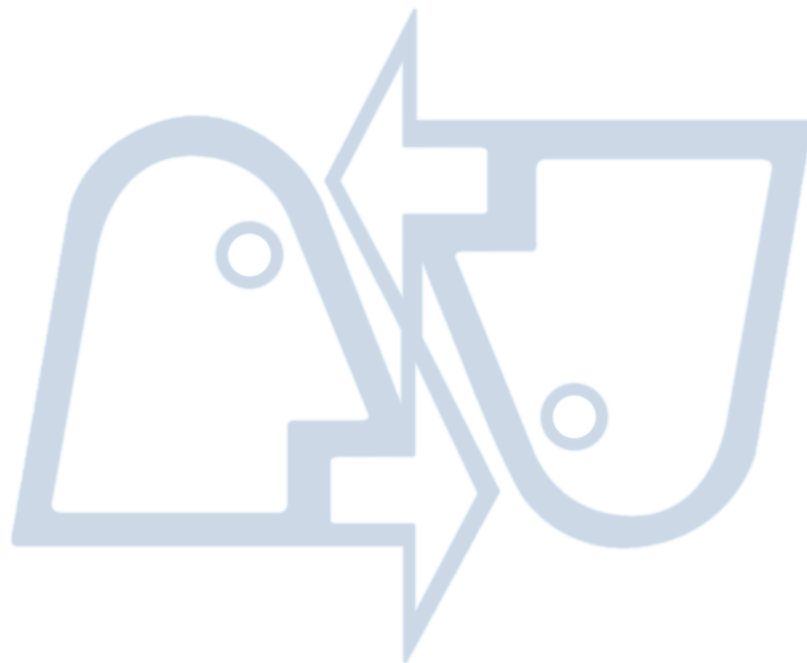
Marca solo un óvalo.

Sí

No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios



Comunicación

creando futuro