

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



**Diagnóstico y propuesta de comunicación interna para la  
creación de un manual de gestión de crisis para la  
Orquesta Sinfónica Nacional.**

Rosa Eugenia Lémus Camas

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020

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

**Diagnóstico y propuesta de comunicación interna para la  
creación de un manual de gestión de crisis para la  
Orquesta Sinfónica Nacional.**

Rosa Eugenia Lémus Camas

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Lcda. Krista María Ramírez

Guatemala, octubre 2020

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

**Director**

Lcdo. César Augusto Paíz 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 Arévalo

**Supervisores**

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 22 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Rosa Eugenia Lémus Camas  
Carné No. 201318410  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna Para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Orquesta Sinfónica Nacional”** 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:

Lcda. Krista María Ramírez Nájera  
Supervisora

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Evelyn Morazán  
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador







**Comunicación**  
*creando futuro*

Guatemala 21 de mayo del 2020  
EPSL-C40-2020

Consejo Directivo:  
Sinfónica Nacional  
**Ministerio de Cultura y Deportes**  
Su despacho

Distinguido Consejo Directivo:

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 **Rosa Lémus Camas**, carné no. **201318410** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual*, no *presencial*, en su institución. Por disposiciones superiores en 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 la 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 ENSEÑANZA A TODOS"

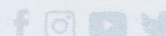
Dr. José María Torres Carrera  
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo  
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC  
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920





**GOBIERNO de  
GUATEMALA**  
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL  
"PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN"  
DIRECCIÓN GENERAL DE LAS ARTES  
MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTES

Reg. Administración O.S.N.  
Of. No. 213-2020  
Ref. LAMR/rrf

Guatemala, 18 de junio de 2020

Doctor  
José Mario Torres Carrera  
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente

Estimado Doctor Torres:

Reciba un cordial saludo del Consejo Directivo 2020-2021 de la Orquesta Sinfónica Nacional, Patrimonio Cultural de la Nación del Ministerio de Cultura y Deportes.

En atención a la solicitud de aceptar como practicante del Programa de Graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Rosa Lémus Camas**, para realizar su Practica Supervisada de forma virtual, no presencial.

Por lo anterior, se le informa que la solicitud fue aceptada por la Orquesta Sinfónica Nacional para que realice dichas practicas la estudiante **Lémus Camas**, proporcionándole las herramientas para llevar a cabo las mismas.

Sin otro en particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



*Luis Adolfo Mijangos Recinos*  
Presidente Consejo Directivo  
Orquesta Sinfónica Nacional

c.c. Archivo

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

## Dedicatoria

### A Dios

Por brindarme la fuerza y energía para alcanzar mis metas. Gracias Padre por tu infinito amor, por ser mi luz y, sobre todo, por las bendiciones que derramas cada día sobre mí.

### A mis padres

A mi madre Elena Camas, por ser una mujer valiente, por brindarme su apoyo incondicional, por enseñarme a luchar por mis metas hasta alcanzarlas. Por ser mi refugio.

### Leonel Lémus (+)

Por su amor y apoyo durante el tiempo que estuvo a mi lado.

### A mis tíos

Carlos Camas y Cecilia Jordán de Camas

Por ser mis segundos padres, por cuidar de mí, por la paciencia y cada uno de sus cuidados en los momentos de alegría y tristeza.





## ÍNDICE

i	Introducción .....	I
ii	Antecedentes .....	II
iii	Justificación.....	III
	Capítulo 1 .....	1
	Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1.	La institución .....	1
1.2.	Perfil institucional.....	1
1.3.	Ubicación geográfica .....	2
1.4.	Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.5.	Origen e historia.....	2
1.6.	Departamentos o dependencias de la institución .....	3
1.7.	Organigrama de la institución .....	4
1.8.	Misión .....	4
1.9.	Visión .....	4
1.10.	Público objetivo .....	4
1.11.	Diagnóstico.....	5
1.12.1	Objetivos.....	7
1.12.2	Tipos de investigación .....	7
1.12.3	Enfoque.....	8
1.12.	Técnicas de recolección de datos .....	9
1.12.1.	Observación .....	10
1.13.1.1	Clasificación de la observación.....	10
1.13.1.2	Lo observado en la Orquesta Sinfónica: .....	11
1.12.2.	Documentación .....	13
1.12.3.	Entrevistas.....	14
1.12.4.	Encuestas .....	15
1.13.	Interpretación de resultados.....	17
1.14.	FODA .....	27
1.15.	Problemas detectados .....	28
1.16.	Planteamiento del problema comunicacional .....	28

1.17.	Indicadores de éxito .....	28
1.18.	Proyecto a desarrollar.....	29
Capítulo 2 .....		30
2.	Plan estratégico de comunicación.....	30
2.1.	Descripción técnica del plan estratégico de comunicación .....	30
2.2.	Objetivos de la estrategia .....	30
2.2.1.	Objetivo general .....	30
2.2.2.	Objetivos específicos .....	30
2.3.	Misión .....	31
2.4.	Visión .....	31
2.5.	Elementos comunicacionales.....	31
2.6.	Alcances y límites de las estrategias .....	34
2.6.1.	Alcances .....	34
2.6.2.	Límites.....	34
2.7.	Metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación .....	34
2.8.	Actividades para la operatividad de las estrategias .....	35
2.9.	Cronograma del Plan .....	35
2.10.	Financiamiento.....	36
2.11.	Presupuesto .....	36
2.12.	Beneficiarios.....	37
2.13.	Recursos humanos.....	37
2.14.	Áreas geográficas de acción .....	37
2.15.	Cuadro comparativo de estrategias.....	38
Capítulo 3 .....		39
3.	Informe de la ejecución.....	39
3.1.	Elaboración de Manual de gestión de crisis comunicacional .....	39
3.2.	Estrategia de contenidos .....	41
3.3.	Actividades y calendarización:.....	43
Conclusiones.....		45
Recomendaciones.....		46
Referencias bibliográficas .....		47
iv.	Anexos: .....	51

## **i Introducción**

La crisis que atravesó el país y el mundo entero vino a cambiar el panorama de la realidad como era conocida. Debido a las prohibiciones que el gobierno central estableció con el fin de frenar la propagación de la pandemia Covid-19, entre ellas estuvieron la cancelación de eventos masivos y actividades programadas por toda entidad artística y deportiva en la cual intervenían físicamente un número considerable de personas, por lo tanto, se dieron por suspendidas todas las presentaciones programadas por la Orquesta Sinfónica Nacional.

Ante esta situación la Orquesta Sinfónica Nacional, a través del Consejo Directivo tomó decisiones para enfrentarse a la problemática; y por medio de sus redes sociales desarrolló actividades que les permitieron mantener la comunicación con sus seguidores.

Con este diagnóstico comunicacional se buscó determinar los puntos comunicacionales débiles que posee la entidad con la finalidad de subsanarlos a través del desarrollo de una estrategia de comunicación.

Para ello se desplegó una serie de métodos de investigación utilizados dentro del diagnóstico comunicacional aplicados a los públicos de interés, medios de comunicación y a la institución. Al momento de establecer los resultados se pudo constatar la ausencia de una planificación de gestión de crisis comunicacional y la planificación de contenidos para redes sociales.

De esta manera, a través del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación se brinda una solución viable a estas dificultades presentadas dentro de la Orquesta Sinfónica Nacional de manera que se desarrollan estrategias integradas que propician un plan de fortalecimiento institucional de la imagen, con ampliación de información técnica y práctica, por medio de la creación de un Manual de Gestión de Crisis Comunicacional. Y la creación de una estrategia de contenidos de interés para los seguidores de la Orquesta, en las distintas redes sociales para el desarrollo del conocimiento de la trayectoria de la institución. A lo largo de este informe se detalla cada una de las acciones realizadas, que constituyeron el diagnóstico, la estrategia y su desarrollo.

## **ii Antecedentes**

La noche del jueves 12 de marzo, la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala brindó el primer concierto de la Temporada Nacional, titulado Ecos de Antaño, Sinfonías y Valses de Guatemala, en la Gran Sala Efraín Recinos del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, de esta manera tan especial, se presentó una serie de obras guatemaltecas e hitos de la historia musical del país.

Este fue el último concierto en vivo que dio la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala. Tras la noticia de la primera persona contagiada de Covid-19 en el país, el día 14 de marzo del año 2020, el presidente de la nación, Alejandro Giammattei, prohibió todo evento masivo en el país. En un comunicado oficial el Ministerio de Cultura y Deportes en cumplimiento con las instrucciones dictadas por el mandatario informó a la población la cancelación de todas las actividades programadas por instituciones artísticas y actividades de formación artística, desde el día 15 de marzo hasta un nuevo aviso.

Con respecto a tesis digitales relacionadas con la Orquesta Sinfónica Nacional se encontraron las tesis tituladas: Propuesta de Ley Orgánica para la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala, Patrimonio Cultural de la Nación, y convertirla como Entidad Descentralizada no Empresarial del Estado de Guatemala, en la cual se planteó una ley que permitiría el cambio de estatus administrativo de la Orquesta Sinfónica Nacional. A través de esta tesis fue posible conocer los decretos principales bajo los cuales se rige la Orquesta Sinfónica Nacional.

Por otro lado, se encontró el trabajo de Cuxil (2019), denominado: “Diseño de material gráfico editorial para divulgar la trayectoria profesional de los músicos de la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala”. Sé buscó apoyar con una propuesta de revista digital, la trayectoria de los maestros músicos nacionales que conforman la Orquesta Sinfónica Nacional, dándole valor a su carrera artística y el medio para ser reconocidos por la población guatemalteca. Fomentando así la música y el talento nacional. Este trabajo de investigación aportó contenido puntual basado en el perfil institucional, conociendo a través de ella la filosofía, organización y servicios de la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala.

### **iii Justificación**

Determinar la gestión comunicacional dentro de la crisis Covid-19 permite conocer las acciones realizadas por la institución y por el contrario aquellas que no fueron tomadas en cuenta, que podrían tener repercusiones dentro de la operatividad de sus funciones. La investigación permite reconocer y dar respuesta a los retos a los que se enfrenta la orquesta dentro de una crisis comunicacional, logrando entornos sostenibles desde el interior de la institución, alcanzando así sincronizar la comunicación con la cultura organizacional sustentado en una gestión integral. Beneficiando de esta manera a la Orquesta Sinfónica Nacional.

Debido a que la crisis es una situación totalmente inesperada, en donde la comunicación juega un papel muy importante. La pandemia Covid-19 vino a imponer una confrontación entre la sociedad y la tecnología moderna, que se veía venir como una adaptación a paso lento. Las corrientes innovadoras en diversas áreas de la actividad humana gozaron de fuerte demanda en diversos grupos sociales para los cuales una minoría estaba capacitada.

Entre ellas las comunicaciones sociales digitales, que alcanzó a ser la más privilegiada, considerándose el pilar principal de empresas y entidades para mantener el contacto con sus clientes y consumidores durante el confinamiento. La pandemia hizo palpable la importancia de la comunicación digital que, si antes las entidades no le prestaban mayor relevancia, se tuvo que reforzar con un aumento exponencial.

El cese de las actividades de la Orquesta Sinfónica Nacional estuvo relacionado con su responsabilidad social corporativa y la responsabilidad hacia la ciudadanía, por lo que se desistió en llevar a cabo conciertos presenciales, centrándose en el *branding* de la institución. La experimentación con nuevos formatos, generación de nuevo contenido que propició la formación y el entretenimiento. De la misma manera se trabajó la empatía con los seguidores de sus diferentes redes sociales.

Cada una de estas actividades se efectuó sobre la marcha de la situación, debido a que no se estaba preparado para tales circunstancias. Siendo necesario despertar el interés por estudios que salvaguarden los intereses de las entidades en épocas desfavorables a las cuales ninguna



de ellas está exenta. Esto lleva necesariamente a considerar la incorporación de un protocolo de gestión de crisis, entre las estrategias de trabajo, con el fin de propiciar la preparación si no total por lo menos parcial de una estrategia frente a un contexto similar.

La investigación permite que, con base a la información recabada, realizar y establecer una planificación previa de reconocimiento de todos los recursos empleados y medios de comunicación requeridos ante una situación de crisis. Contribuyendo con información técnica y práctica para la institución, que permite determinar qué acciones se debe realizar, dando un adecuado tratamiento de la situación.

## Capítulo 1

### Diagnóstico de comunicación

#### 1.1. La institución

Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala

#### 1.2. Perfil institucional

Nombre: Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala

Naturaleza: la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala es una orquesta considerada Patrimonio Cultural de la Nación, brinda a los guatemaltecos la posibilidad de apreciar el valor estético de las obras musicales de autores tanto nacionales como internacionales. Es dirigida por un Consejo Directivo el cual se renueva cada año en la segunda quincena del mes de enero, esto según el Acuerdo Gubernativo No. 372-2003. En cada temporada se realizan invitaciones a directores y solistas de talla nacional e internacional, con el objetivo de enriquecer el arte y la cultura nacional.

Tabla 1  
Junta Directiva 2020:

PRESIDENTE	Luis Recinos
VICEPRESIDENTE	Sergio Tzic
SECRETARIO	Ricardo del Carmen
Vocal I	Ramiro Vivar
Vocal II	Jorge Urrutia
Vocal III	Silver García

Fuente: Abrego, 2020.

Dirección: 3ª. Av. 4-61, zona 1, Ciudad de Guatemala

Número de Teléfono: (502) 2232-2167

Telefax: (502) 2253-9023

Instagram: @osndeguatemala

Facebook: [www.facebook.com/osndeguatemala/](http://www.facebook.com/osndeguatemala/)

### 1.3. Ubicación geográfica

La sede física de la Orquesta Sinfónica Nacional es: 3a. Av. 4-61 zona 1, Ciudad de Guatemala.

Las presentaciones de la Orquesta Sinfónica Nacional suelen llevarse a cabo en el auditorium del Conservatorio Nacional de Música, Teatro Nacional y zonas principales de la ciudad capital:

Siendo estas las zonas 2, 3, 4, 5, 6 y también en el segundo anillo de zonas centrales, siendo las zonas 7, 8, 9, 10, ya que ocasionalmente se presentan a menor escala en áreas cercanas a esta zona, como en 1001 noches (Cuxil, 2019, p.31).

El movimiento de las temporadas depende de la programación aprobada por el Consejo Directivo. La institución cuenta con una temporada en la cual visita centros educativos y otra se realiza en el interior del país. Depende de la temporada así puede cambiar de ubicación geográfica y de temática. Debido a la crisis Covid-19, las temporadas establecidas fueron suspendidas. Siendo sustituidas por actividades de presentación visual, que realizaron sus integrantes, llevándose a cabo desde sus hogares y transmitidas a través de las redes sociales, bajo las medidas establecidas por el gobierno central.

### 1.4. Integración y alianzas estratégicas

Ministerio de Cultura y Deportes: la Orquesta Sinfónica forma parte del Ministerio sin perder su autonomía, ya que el Consejo Directivo es quien se encarga de establecer su programación, le fue otorgado por el Decreto Número 24-93 que permitió la modificación y ampliación al Artículo 2º del Decreto Número 80- 91.

### 1.5. Origen e historia

La Orquesta Sinfónica Nacional fue fundada en el año de 1936, por el entonces presidente de la República, General de División Jorge Ubico Castañeda, fue conocida en ese entonces como: Orquesta Liberal Progresista, que pertenecía al Ministerio de Guerra, conocido en la actualidad como Ministerio de la Defensa Nacional. Se utilizaba principalmente para la apertura de giras presidenciales, actos protocolarios y religiosos.

Dicha orquesta estaba integrada por jóvenes que integraban el Conservatorio Nacional de Música (Portal MCD, 2013).

En 1944 cambió de nombre por medio del Acuerdo presidencial suscrito por el Primer Designado a la Presidencia de la República, General Federico Ponce Vaides, posteriormente pasa a formar parte de la Dirección General de Bellas Artes del Ministerio de Educación, lo que hoy en día se conoce como Ministerio de Cultura y Deportes. En el año de 1981 por medio del Honorable Congreso de la República a través del Decreto 80-91 es elevada a la categoría de Patrimonio Cultural de la Nación (Decreto Número 80- 91).

El objetivo fue proteger y preservar tanto la Orquesta Sinfónica Nacional como el archivo musical y los instrumentos que la conforman. El Archivo está compuesto por partituras clásicas y contemporáneas de artistas de talla nacional e internacional.

En el año de 1993 se modificó y amplió el artículo 2º del Decreto Número 80-91, esto permitió que la aprobación de la programación de la Orquesta Sinfónica Nacional le correspondiera solamente al Consejo Directivo de dicha institución, constituyéndolo como el encargado de la programación general de la entidad. El cual fue aprobado de urgencia nacional con más de dos terceras partes de los diputados del Congreso de la República (Cuxil, 2019).

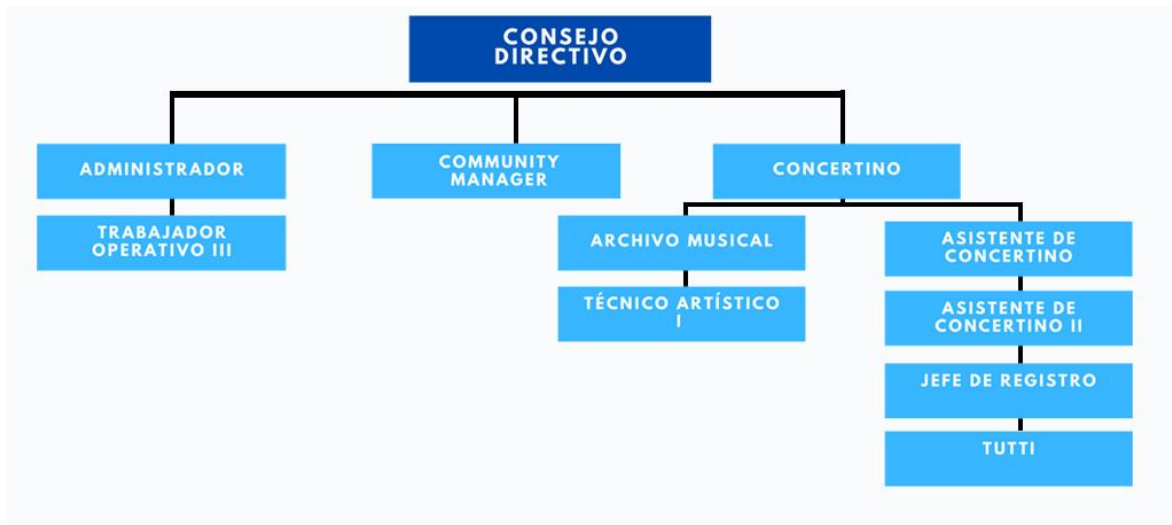
#### 1.6. Departamentos o dependencias de la institución

Consejo Directivo: está integrado por seis miembros: tres representantes de los integrantes de la orquesta, el Administrador General del Ministerio de Cultura y Deportes, el Director del Conservatorio Nacional de Música y el Director General de Culturas y Artes. Para luego designar entre ellos un presidente, un vicepresidente, un secretario y tres vocales.

No existe dentro de la institución departamentos integrados debido a la falta de personal. Ya que su fuerte se concentra en la actividad artística.

## 1.7. Organigrama de la institución

Imagen 1



Organigrama Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala  
Fuente: elaboración propia

## 1.8. Misión

Ser la mejor orquesta con los mejores músicos guatemaltecos, que pueda abarcar un repertorio de primer nivel de compositores nacionales e internacionales y poder llevar esto a la población general. (Cuxil, 2019).

## 1.9. Visión

Sensibilizar a las personas a través de nuestro arte y dejarles algo a las personas que nos ven que los haga cambiar para bien en adelante. (Cuxil, 2019).

## 1.10. Público objetivo

Hombres y mujeres profesionales que cuentan con un gusto por la música clásica e instrumental y académica; usuarios de las distintas redes sociales que viven en la ciudad capital o lugares aledaños de 25 a 40 años, desde clase medio-baja a clase alta debido que cuentan con el poder adquisitivo necesario para recrearse y poseen vehículo propio que les permite trasladarse hasta el punto de los conciertos y pagar el parqueo privado cuando es requerido; como sucede cuando se realizan los conciertos en el Conservatorio Nacional que



no cuenta con parqueo propio.

Durante el confinamiento estas personas realizan *home office* o asisten eventualmente a sus lugares de trabajos; cuentan con más tiempo de lo usual para estar dentro de las redes sociales y escuchar música que les permite relajarse, consideran la necesidad de sentirse más productivos, por lo cual desempeñan *hobbies* o proyectos que tenían guardados. Tienen más tiempo para compartir en familia.

### 1.11. Diagnóstico

Diagnóstico comunicacional:

Es un proceso de evaluación que promueve la toma de decisiones acertadas para subsanar debilidades. “El diagnóstico es una estrategia de producción de conocimiento acerca de determinada realidad con la particularidad de estar orientada por la voluntad consciente de modificar esa realidad” (Bruno, 1990, p.1). Continúa diciendo que los procesos deliberados de cambio se inician con un reconocimiento de la situación a la cual se le denomina diagnóstico.

Por lo tanto, un plan de acción debe iniciarse reflexionando y analizando la situación en que se encuentra, a través de una metodología determinada que permita la recolección de datos para un mejor análisis. Y por medio de estos indicadores establecer conclusiones que permitan direccionar un plan estratégico. Tomar conciencia de las debilidades, fortalezas y oportunidades permite la elaboración de una estrategia comunicacional eficaz y realista (Oxfam, 2014).

El principal objetivo de un diagnóstico comunicacional es: reunir la información necesaria para determinar una solución y permita la elaboración de una estrategia, de modo que se realice un plan de acción que contraste con los indicadores y proceder a ejecutarlo; solucionando los problemas y fortaleciendo la entidad. Debe realizarse periódicamente para que la entidad evolucione sincrónicamente con su misión, visión y los valores.

El diagnóstico de comunicación organizacional implica: una propuesta metodológica, la recolección de sus datos y determinar los elementos que han causado la aparición de debilidades en la gestión de los procesos comunicacionales e identificar pistas de solución.

(Oxfam, 2014). Se clasifica de acuerdo con el enfoque que se le dé. Según el nivel de participación de los actores: diagnóstico pasivo o diagnóstico activo. Según el tipo de relaciones de comunicación privilegiadas en el análisis.

Los diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación interna de la organización: dentro de este diagnóstico se deben trabajar en identificar a los actores que se encuentran vinculados a la comunicación, analizar la imagen de la institución y la percepción de los entes activos y de los interlocutores. Identificar y analizar las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución. Análisis de los mensajes que emite la identidad, evaluar los flujos y recursos de esta.

Para ello el planificador deberá leer documentos, observar, realizar cuestionarios, hacer entrevistas individuales y grupales, talleres de reflexión. También puede efectuar el seguimiento y la observación de un grupo de la institución a lo largo de toda una jornada de trabajo, análisis discursivo de mensajes, analizar redes, analizar el organigrama y sociograma, etc. (Bruno, 1990, p.24).

Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación externa: interinstitucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización. Este tipo de diagnóstico se enfoca en el análisis de las relaciones de comunicación fuera del ente. A su vez se subdivide en: “Diagnóstico de medios: el planificador incorpora los conocimientos de los lenguajes conocidos, los temas a los cuales se les otorga más relevancia, también la percepción que los sujetos tiene de su contexto, dentro del *massmedia*” (Bruno, 1999, p.24).

Entre sus principales actividades: debe identificar los medios más relevantes de los interlocutores del ente, exonerando la cobertura de los medios y la frecuencia del uso del receptor. Efectúa un análisis de las secciones y de la programación tomando en cuenta aquellos que poseen referencia a los temas de interés.

Diagnóstico de interlocutores:

Es conocido también como diagnóstico comunitario. Su principal objetivo es conocer y respetar la percepción del grupo objetivo del ente, definiendo una estrategia comunicacional con base en las conclusiones del grupo objetivo. Debido a esta percepción se desatendió aspectos importantes, es por ello por lo que se comprendió que su objetivo debe estar enfocado siempre en vista a los propósitos del ente.

Es por eso que se debe tomar en cuenta: las características de la comunicación, delimitar el problema que se quiere comunicar, identificar los actores que están vinculados con el problema, conocer la percepción que se tiene, identificar las propuestas que ellos proponen a esta problemática, como lo solucionarían e investigar las expectativas de los interlocutores en los medios y lenguajes que se utilizaron.

### 1.12.1 Objetivos

#### Objetivo general

Determinar la gestión comunicacional, en redes sociales digitales, de la Orquesta Sinfónica Nacional para la interacción con su público ante las medidas de aislamiento y prevención por Covid-19.

#### Objetivos específicos

- Identificar las redes sociales digitales utilizadas por la Orquesta Sinfónica Nacional para interactuar con su público.
- Describir el uso de *Facebook* de la Orquesta Sinfónica Nacional durante el inicio de la pandemia covid-19.

### 1.12.2 Tipos de investigación

Soto (2011) declara que la investigación es un proceso que aplica un método con el objetivo de obtener información probatoria que permita comprender, confirmar, incrementar o aplicar el conocimiento. Dentro de este proceso se debe seguir una serie de pasos que permitan la obtención de información permitiendo modificar las teorías existentes o crear nuevas. La investigación generalmente se clasifica:

Según el propósito que busca alcanzar: básica o aplicada.

Según el medio utilizado para la recolección de datos: documental, de campo o experimental.

Según el nivel de conocimiento que se obtiene: exploratoria, descriptiva o explicativa.

Según la fuente de información: documental o de campo.

Según la extensión del estudio: censal o de caso.

Según las variables: experimental, casi experimental, simple y compleja.

Según su ubicación temporal: histórica, transversal o estática.

### 1.12.3 Enfoque

Para realizar una investigación se debe tener en cuenta el método que la dirigirá. Existe una diversidad de métodos que utilizan estrategias similares y relacionadas entre sí. El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, en el cual no se puede saltar o eludir pasos, la idea va acortándose y delimitándose, para luego trazar un plan que permita probarla. Así se miden las variables en un contexto. El resultado obtenido se analiza a través de una medición de cantidades finitas obtenidas de métodos estadísticos

Organizando sus procesos alrededor de variables que sugiere la teoría y se guía por la deducción. Enlazándose directamente con el fenómeno y se interesa por las generalidades que producen de sus hallazgos que formula de manera explicativa; ya que se deriva de las ciencias naturales. Según utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Según Ochoa (2020), el enfoque cualitativo se guía por temas significativos de investigación. En lugar de que las preguntas de investigación e hipótesis precedan a la recolección y análisis de datos, estos se desarrollan antes, durante y después de la recolección y el análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera circular, en la que la secuencia no es la misma ya que varía con cada estudio. El resultado obtenido se analiza a través de cualidades.

Para Hernández (2014) la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. Continúa diciendo que los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos,

empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta.

Para la obtención de una vista panorámica de la situación es necesario aplicar un método mixto que, a través de aplicación de técnicas propias del método cualitativo; la observación y la documentación permitan recabar información externa de la opinión pública. Por su parte la aplicación de técnicas propias del método cuantitativo que permiten obtener cantidades concretas del impacto del mensaje del receptor y contrastarlas con la intención del emisor.

#### 1.12. Técnicas de recolección de datos

Ochoa (2020) declara que el método y la técnica están orientados hacia un fin. Mientras que el método es una serie de pasos ordenados que dirigen hacia una meta, estos pasos son llamados técnicas. Basado en un método mixto donde se fusionan las técnica tanto cualitativas y cuantitativas. Se procedió a utilizar las siguientes técnicas:

**Documentación:** dentro de las fuentes de documentación a las que se pueden acceder para la obtención de datos se encuentran las fuentes primarias, siendo estas la información recabada de actores involucrados y fuentes secundarias que constituye la información obtenida de los libros, información de *internet*. Para obtener un análisis profundo y fiable se recomienda utilizar varias fuentes de información. Una de las fuentes ideales son los archivos producidos por el mismo ente u organización ya que son producto de comunicaciones anteriores.

**Observación:** consiste en seleccionar aquello que se escoge analizar para luego describir y explicar su comportamiento.

**Cuestionario:** es un procedimiento sistemático de recolección de datos facilitados por personas encuestadas.

**Entrevistas de profundidad:** es aquel tipo de entrevista que se realiza con un propósito y a determinada persona con la finalidad de obtener con total libertad sus pensamientos, acerca de determinado tema o situación.



### 1.12.1. Observación

Para Ochoa (2020), la observación es un procedimiento que el ser humano maneja directa e indirectamente ya que suele utilizarla para sobrevivir y satisfacer su curiosidad. De esta manera evalúa su entorno aplicando atentamente los sentidos. A través de dicha información recibida establece suposiciones o ideas como consecuencia de la observación. Es aquí donde se desarrolla el método científico. Para demostrar el grado de asertividad de sus suposiciones y crear un fundamento que las valide es necesario crear una base, bajo un análisis, que evalúen su hipótesis.

#### 1.13.1.1 Clasificación de la observación

La observación se clasifica en dos ramas principales: la observación científica y la observación no científica. Por su parte la observación científica tiene un objetivo definido y preciso. Por el contrario la observación no científica desempeña esta función sin la menor intencionalidad. Lo cual apunta a que la diferencia entre ambas es la determinada intencionalidad del sujeto.

A su vez, la observación científica se clasifica en:

Observación de campo: se lleva a cabo en el lugar donde se desarrollan los hechos que se busca investigar.

Observación de laboratorio: se puede realizar dentro de museos, archivos, bibliotecas y laboratorios. Así también analizando a grupos de personas y determinar sus comportamientos y actitudes.

Observación directa: suele designarse de esta manera cuando el investigador tiene contacto con el hecho que busca estudiar.

Observación indirecta: por su parte el investigador estudia el fenómeno de su interés a través de las investigaciones realizadas con anterioridad.

Observación individual: es realizada por una sola persona.

Observación grupal: este procedimiento es llevado a cabo por un grupo de investigadores que analizan el mismo hecho.

Observación participante: dentro de este proceso el investigador se encuentra inmerso obteniendo así la información como un ente directo.

Observación no participante: el investigador recoge desde fuera la información sin verse involucrado.

#### 1.13.1.2 Lo observado en la Orquesta Sinfónica:

Ante la pandemia Covid-19 y las medidas sanitarias establecidas no fue posible desplazarse hasta la institución, por lo cual se procedió a realizar una investigación de tipo indirecta. Partiendo de la observación documentada a través de las redes sociales y de periódicos electrónicos que a continuación se detallan:

Luego de la prohibición realizada por el presidente de la República, la Orquesta Sinfónica Nacional lanza la campaña con el *hashtag* o etiqueta #QuédateEnCasa a través de sus redes sociales; por medio de esta campaña los integrantes de la Orquesta desde sus hogares compartieron interpretaciones de melodías reconocidas, además de aconsejar a sus seguidores que tomaran las medidas preventivas correspondientes ante la pandemia (Lopez, 2020).

Ante la inexistente posibilidad de volver a los escenarios la Orquesta Sinfónica Nacional decidió abrir sus archivos de presentaciones y compartirlo con su público por medio de su canal de *YouTube*, Abrego sugiere (2020) que estaban “Convencidos que la música y el arte ayuda de diversas formas y más en momentos de estar en casa”.

Debido a la cancelación de los cortejos procesionales de Semana Santa, muchos maestros músicos y filarmónicos se unieron al pueblo católico, compartiendo su arte a través de los medios *online*, siguiendo el ejemplo de la Orquesta Sinfónica Nacional, ya que fue pionera en este ámbito, así lo declara en una entrevista el director de la Banda de filarmónicos, Saúl López Siquibache al matutino Publinews.

Además de las presentaciones pertenecientes a sus archivos, maestros como Angela Jayes, Pedro Jayes, Dany Bartolomin Mutzutz y Sergio Tzic compartieron cada uno desde su casa la marcha fúnebre “Caridad del Guadalquivir” de Paco Lola. Grabando de forma individual cada uno su video, para luego complementarse en uno solo y así poder apreciar la marcha.

Además, se presentan interpretaciones en solitario como es el caso del maestro Ricardo Del Carmen Fortuny con Allemande.

El confinamiento no constituyó una restricción para continuar con las actividades de la Orquesta Sinfónica Nacional, haciendo uso de las redes sociales, a través de *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y su canal de *YouTube* encontraron el medio perfecto para llevar a cabo su Temporada Didáctica en esta ocasión titulada Temporada Didáctica Virtual (Abrego, 2020).

Los integrantes dieron una demostración educativa de sus instrumentos; iniciando el 16 de abril en horario de 14 horas, de lunes a viernes. Y sábados y domingos en horario de 10 de la mañana.

La Temporada Didáctica Virtual inició con registro del Violoncello por parte del maestro Ricardo Del Carmen Fortuny, además de una interpretación de “Prelude” de Cello Suite No.1 en G Mayor de Johann Sebastian Bach (Lopez, 2020). Continúa explicando que la segunda edición estuvo a cargo de la maestra Alma Rosa Gaitán de Arévalo quien explicó y compartió una pequeña reseña del piano y sus versiones que le antecedieron.

La temporada Didáctica tuvo como objetivo enseñar educación musical a niños, jóvenes y adultos. Cuenta con un segmento para los más pequeños del hogar, titulado *4Kids* este segmento fue difundido en un horario de 18:00 horas todos los días (Azacuán, 2020).

Dicha temporada tuvo una duración de 20 días, concluyendo con un video de “Migdalia Azucena” del compositor Gumercindo Palacios.

El día cinco de mayo, se concluyó la Temporada Didáctica Virtual, en donde la Orquesta Sinfónica Nacional dio las gracias a sus seguidores por su apoyo, asegurando que seguirían compartiendo a través del mismo escenario (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter* y *YouTube*) hasta que se tomen nuevas disposiciones. Luego del cierre de esta temporada, continuaron con las interpretaciones individuales que se venían realizando desde el inicio de la pandemia.

Además, se incluyó a través de sus redes sociales una nueva serie de publicaciones bajo *Hashtag* #Biografías, en donde compartieron la trayectoria de los integrantes de la Orquesta

Sinfónica Nacional, vida académica, logros personales, actividades dentro de la orquesta y una fotografía donde ellos posan con su instrumento.

Cabe destacar que, dentro de las redes sociales de la orquesta, se compartieron actividades de la página del Ministerio de Cultura y Deportes concernientes a la música instrumental.

### 1.12.2. Documentación

La Orquesta Sinfónica Nacional, cuenta con un espacio en el portal del Ministerio de Cultura y Deportes donde se puede encontrar un esbozo sobre la historia de la orquesta. Allí se detalla el año de la creación, el presidente que la creó y el fin con cual fue creada. Así también detalla algunos aspectos como cambio de nombre y el decreto por el que fue ascendida a Patrimonio Cultural de la Nación sin entrar en más detalles.

Con respecto a tesis digitales relacionadas con la Orquesta Sinfónica Nacional, se encuentran las tesis tituladas: Propuesta de Ley Orgánica para la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala, Patrimonio Cultural de la Nación, y convertirla como Entidad Descentralizada no Empresarial del Estado de Guatemala de López (2005), aquí se plantea una ley que permitiría el cambio de estatus administrativo de la Orquesta Sinfónica Nacional. A través de esta tesis fue posible conocer los decretos que nutrieron el presente diagnóstico.

Por otro lado, se encuentra el trabajo de Cuxil (2019), denominado: “Diseño de material gráfico editorial para divulgar la trayectoria profesional de los músicos de la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala”. Este documento busca apoyar a través de la propuesta de una revista digital, la trayectoria de los maestros músicos nacionales que conforma la Orquesta Sinfónica Nacional; dando valor a su carrera artística y el medio para ser reconocidos por la población guatemalteca para fomentar así la música y el talento nacional.

Abrego (2020), se dio a conocer por medio de sus notas periodísticas, los retos y nuevas modalidades de la Orquesta Sinfónica Nacional, que a través de sus redes sociales encontró una forma de interactuar con su público y no solo eso, consiguió transmitir su temporada Didáctica Virtual, enseñando a los niños, jóvenes y adultos, llegando no solo a pocos centros

educativos sino a todo el país. Pero también llevando mensajes de concientización en estos momentos de crisis.

### 1.12.3. Entrevistas

Al igual que muchas otras entidades, tanto públicas como privadas, la Orquesta Sinfónica Nacional deduciendo que la crisis generada por la pandemia sería de carácter inminente a nivel mundial y estando al corriente que tarde o temprano se presentaría dentro del país, no tomó acciones preventivas dentro de la planificación anual que realiza el Consejo Directivo que es renovado cada año en la segunda quincena del mes de enero.

El director del Consejo, Luis Recinos, al preguntarle si existía dentro de la institución un manual de gestión de crisis, su respuesta fue negativa: “Se tenía la planificación del año, pero en términos de estar preparados a lo que venía no hubo ninguna planeación y todas las medidas que se fueron implementando, han sido totalmente espontáneas, desde que confirmaron el primer caso”.

Desde el punto comunicacional, tampoco existía una planificación, la encargada de comunicación, Esly Melgarejo, así lo confirmaba, “Aunque creímos que en algún momento iba a venir, debido a que nosotros como orquesta, presentábamos un concierto semanal y en ocasiones dos conciertos. Es un trabajo que vamos corriendo, no se tuvo el tiempo de hacer un plan.”

Dentro de los muchos desafíos que abarcan desde la actividad artística, su labor como orquesta estará por definirse para adaptar los nuevos espacios y la reducción considerable de la audiencia en espacios cerrados, Recinos apunta que “Esto repercute exponencialmente en la proyección que se puede tener”, sumado a esto el Estado aún no se adapta a la situación afectando el aporte presupuestario y representa “un doble desafío, al ser una entidad artística, que necesariamente tiene que estar activa para su difusión”. Se tiene estipulado que a mediados del año 2021 se estén reabriendo los teatros.

La comunicación interna se vio afectada debido al confinamiento, Recinos declara que “Es muy escasa la comunicación interna, pero por medio del teletrabajo se han implementado, nuevas formas de comunicación en medios digitales y de conferencias en *Zoom* y vía correo electrónico”. El equipo administrativo buscó reunirse una vez por semana, “Nos reunimos para delimitar las políticas de lo que se debe abordar en la semana, requerimientos y demás. El resto de la semana en modalidad de teletrabajo”.

Recinos explica que la comunicación externa, “Es a través de nuestras redes sociales, publicando material que está manteniendo la atención del público, esa interacción con los seguidores”. Por su parte Melgarejo que es la *Community Manager* expresa que, “Abarcamos todas las redes, la *fanpage* en *Facebook*, la página normal del *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y se activó el canal de *YouTube*”. La periodicidad de los mensajes “No se maneja una cifra específica, es conforme a lo que acontece en la semana” comenta Melgarejo.

#### 1.12.4. Encuestas

La muestra de la población se realizó de modo intencional, ubicada en redes sociales, específicamente en *Facebook*, debido a que es la red social donde existen más seguidores dentro de dichas plataformas. Se seleccionó a quienes eran seguidores de la *fanpage* de la Orquesta Sinfónica Nacional con un total de 41 encuestados, por medio de un cuestionario digital de *Google forms*.

El 61% de los encuestados correspondían al género femenino y el otro 39% al género masculino. Con un rango alto de seguidores de entre 26 y 35 años que conforman el 53,7%. El siguiente grupo más alto lo conforman un grupo de 36 a 45 años con 29,3% y por debajo de este el grupo de 16 a 25 años con el 14,6%.

A pesar de que durante todo el confinamiento se han transmitido conciertos por medio de diferentes redes sociales, es pequeña la diferencia entre las personas que se detuvieron a escucharlos; con una diferencia del 4% mayor a quienes no han escuchado conciertos en las diferentes modalidades. Prefiriendo un formato corto de contenido, con un total de 58,5% y el resto prefiere la modalidad larga de los conciertos.

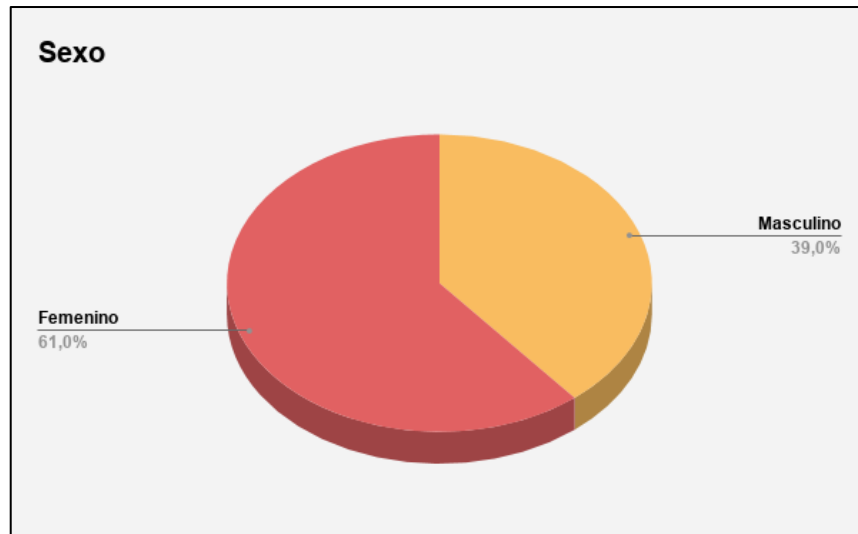


La pasada modalidad virtual de la Temporada didáctica gustó, un 92,7% de los encuestados consideraron de aprendizaje y utilidad este tipo de información que innovó las plataformas con un nuevo formato de contenido. Ante el cuestionamiento de si le gustaría que se compartiera más contenido didáctico en las redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional, la respuesta fue altamente positiva con un 95,1%.

El tipo de contenido que a los seguidores les gustaría encontrar dentro de las distintas plataformas de tipo educativo se traduce como: historia musical, biografías de los grandes maestros y maestros nacionales e infografías de instrumentos. Otro tipo de información requerida fue clases en línea para principiantes, una agenda de actividades, así como la descripción de la participación de maestros en eventos internacionales, entrevistas a maestros no reconocidos y a estudiantes de la orquesta.

### 1.13. Interpretación de resultados

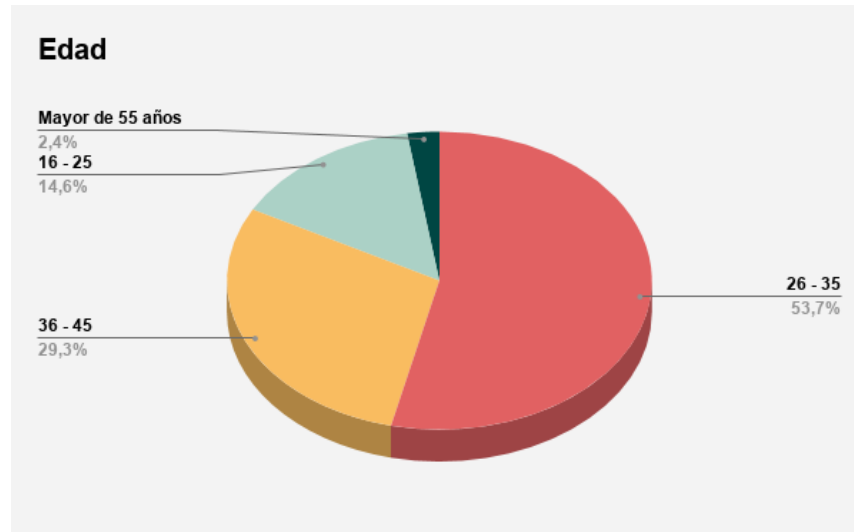
Gráfica No.1



Fuente: elaboración propia

Dentro de la encuesta realizada a seguidores de la Orquesta Sinfónica Nacional a través de *Facebook*, se encuestaron a 25 mujeres que representan un 61 por ciento y el otro 39 por ciento representa la población masculina con 16 encuestados.

Gráfica No. 2

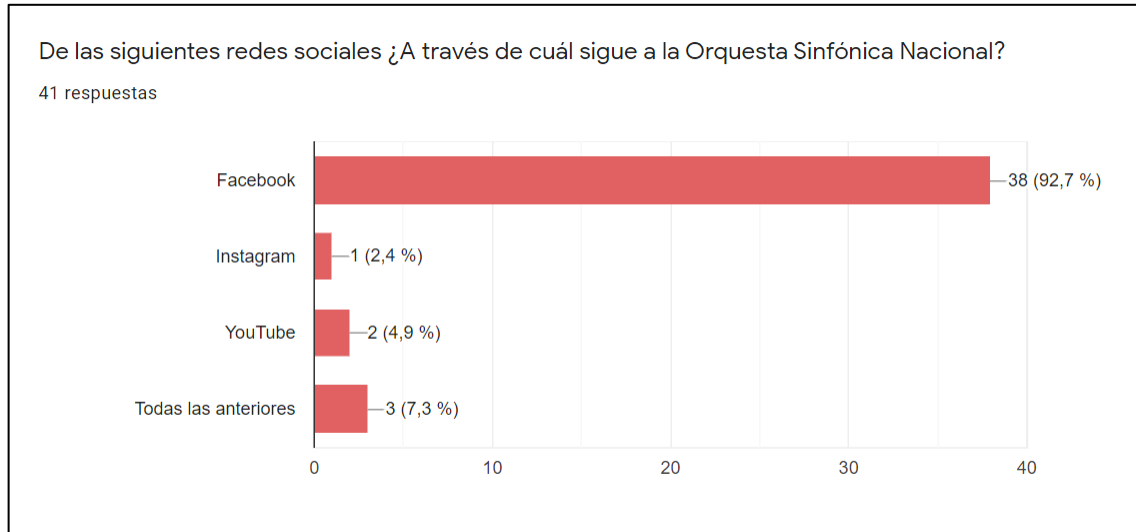


Fuente: elaboración propia

Rango de edad de las personas encuestadas: un 53,7% que representa la mayoría, con 22 personas con un rango de edad se encuentra entre los 26 y 35 años. El 29,3% representa a la población encuestada que se encuentra en edades de 36 a 45 años siendo estas, 12 personas. El 14,6% son personas que se encuentran en edades de 16 a 25 años, siendo 6 y el 2,4% representa a una persona mayor de 55 años.

Lo que permite establecer que los seguidores de la Orquesta Sinfónica Nacional ubicados dentro de la plataforma *Facebook* es un grupo mayoritario que comprende de entre las edades de 26 a 45 años.

Gráfica No.3



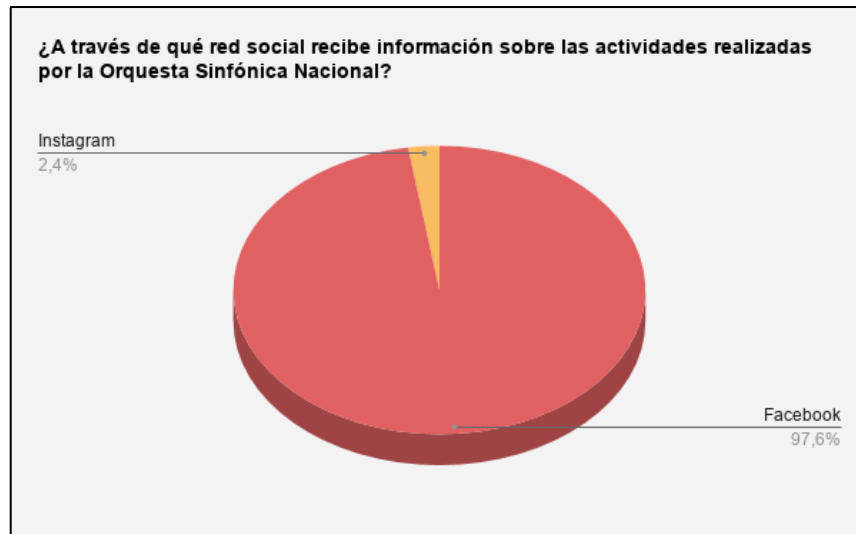
Fuente: elaboración propia.

De las 41 personas encuestadas, 38 personas que equivalen al 92% siguen a la Orquesta Sinfónica Nacional a través de la red social *Facebook*. El 2,4% de las personas encuestadas que equivale a una persona sigue a la institución a través de *Instagram*, el 4,9% que equivale a dos personas, siguen a la orquesta a través de su canal de *YouTube* y el 7,3% de estos seguidores que equivalen a tres personas siguen a la orquesta a través de las tres plataformas antes mencionadas.

Esto permite establecer que los públicos de interés de la institución se encuentran dentro de la red social *Facebook*, ya que es donde posee mayor presencia. A pesar que dentro de las publicaciones que realiza OSN en su *fanpage* se han colgado diferentes enlaces de *YouTube* y se les insta a seguirlos dentro de sus diferentes redes sociales, estas cuentan con pocos seguidores.

Cabe resaltar que al momento de realizar esta encuesta se tenía desconocimiento de la cuenta de *Twitter*, debido a que el link se encontraba redireccionado a una cuenta inexistente por lo cual no fue tomado en cuenta al momento de realizar las preguntas.

Gráfica No.4



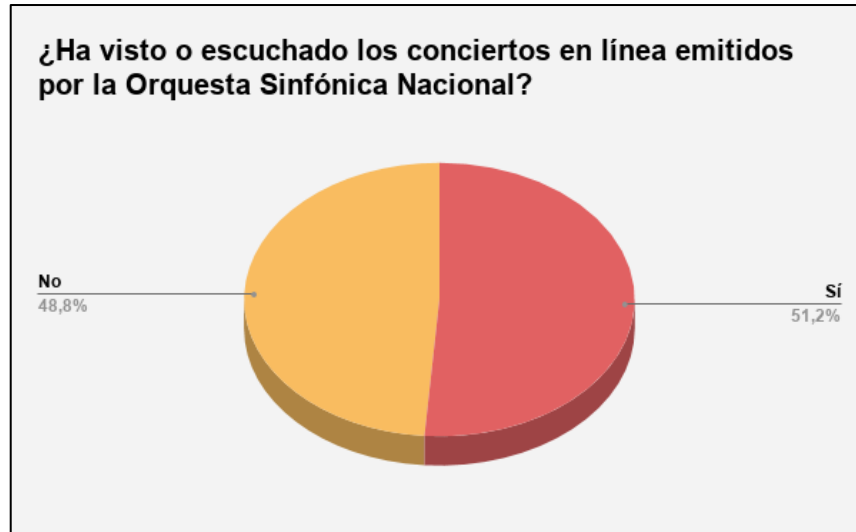
Fuente: elaboración propia.

De las 41 personas encuestadas, 40 personas que equivalen al 97,6 % se informan de las actividades que realiza la Orquesta Sinfónica Nacional a través de la red social *Facebook*. El 2,4% de las personas encuestadas que equivale a una persona, la cual se entera de las actividades de la institución a través de *Instagram*. Al momento de realizar esta encuesta la de cuenta de *Instagram* de la Orquesta Sinfónica Nacional contaba con alrededor de 3,217 seguidores.

A pesar de que en ambas plataformas se postea información similar, en cuanto a las actividades se refiere. Cabe señalar que dentro de la cuenta de *Instagram* no solo se replica la información difundida a través de *Facebook* y *YouTube*, también se postea material exclusivo de interés de los seguidores de esta plataforma. En cuanto a la cuenta de *Facebook* se refiere al momento de realizar esta encuesta contaba alrededor de 30,373 seguidores.

Las autoridades de la OSN aseguran que a raíz de la situación que vivió el país, durante el tiempo de confinamiento existió un aumento de seguidores en las redes sociales de la institución.

Gráfica No.5



Fuente: elaboración propia.

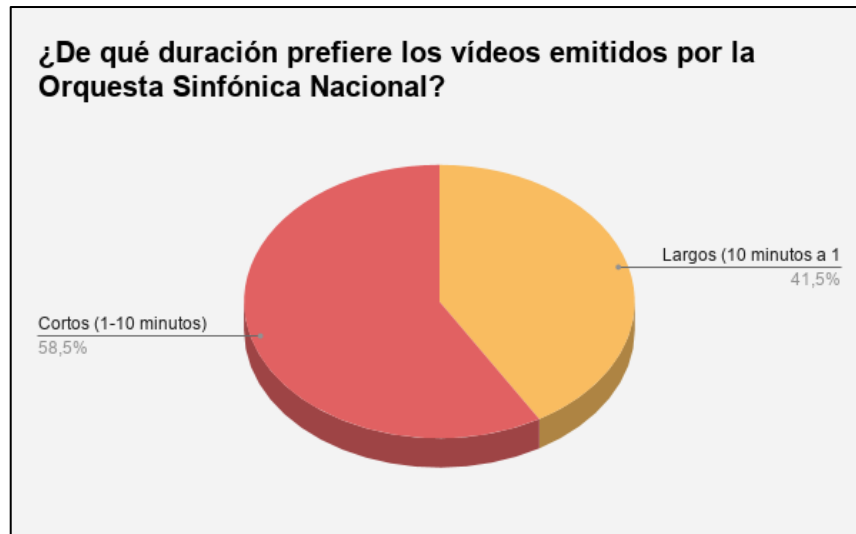
De las 41 personas encuestadas, 20 personas que equivalen al 48,8 % no han escuchado o visto ninguno de los conciertos transmitidos por la Orquesta Sinfónica Nacional a través de las plataformas de *Facebook* o *YouTube*. El 51,2% que equivale a 21 personas si han visto o escuchado los conciertos emitidos por OSN. Los conciertos en la nueva modalidad digital, han sido la principal actividad llevada a cabo por la orquesta.

Desde el cese de los conciertos realizado durante el mes de marzo, la actividad de la Orquesta Sinfónica se ha realizado por medio de interpretaciones personales de parte de los maestros grabadas desde sus hogares, presentación de pequeños grupos como lo son cuartetos, conciertos de cámara, así como la apertura de los archivos de la orquesta, presentados por medio de *Lives* en *Facebook* y conciertos pregrabados los cuales han sido subidos al canal de *YouTube*.

La grafica refleja que a pesar de las constantes publicaciones de conciertos durante el inicio de la pandemia Covid-19, en las diferentes modalidades, el 48,8% de las personas encuestadas no han visto ninguno de los conciertos que han sido compartidos por la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala.



Gráfica No. 6

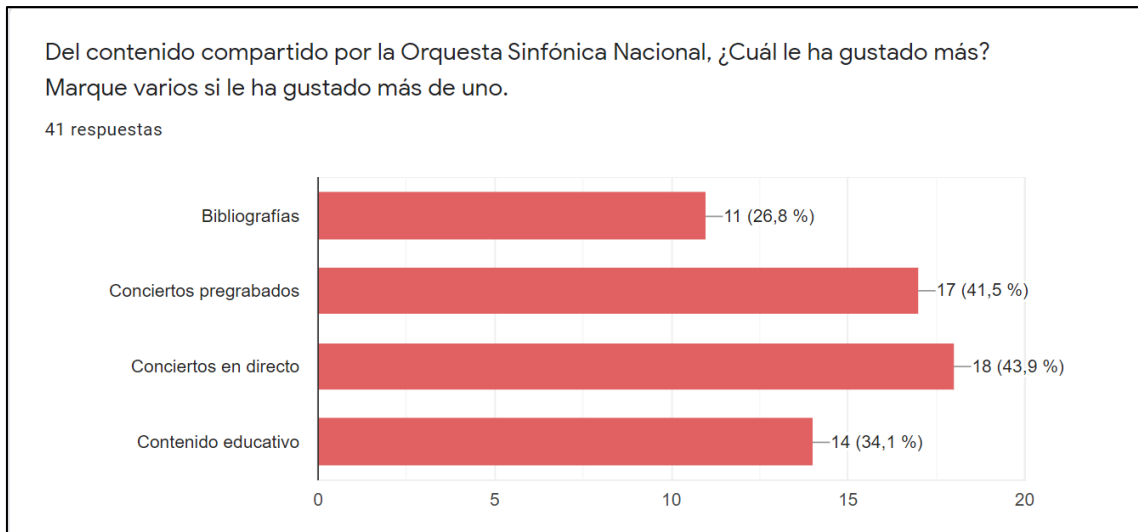


Fuente: elaboración propia.

De las 41 personas encuestadas, 24 personas que equivalen al 58,5 % prefieren que la duración de los videos o conciertos transmitidos a través de las diferentes modalidades compartidas por la Orquesta Sinfónica Nacional tengan una duración corta, alrededor del tiempo establecido. Por el contrario el 41,5% de las personas encuestadas, que equivale a 17 seguidores prefieren que la duración de los conciertos sea un poco más extendida.

Lo que representa que para el 58,5% que prefieren la modalidad corta, para ellos es probable que mientras navegan por *Watch* pueden detenerse unos pocos minutos a ver la interpretación de los maestros músicos. Para 41,5% quienes prefieren deleitarse con piezas más extensas, prefieren ser redirigidos hacia *YouTube* para ver un concierto completo.

Gráfica No.7



Fuente: elaboración propia.

De las 41 personas encuestadas, 11 personas que equivalen al 26,8 % han sido de su gusto las bibliografías de los integrantes de los músicos de la Orquesta Sinfónica Nacional que se han compartido dentro de las plataformas *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Para el 41,5% que equivale a 17 personas, su contenido predilecto han sido los conciertos pregrabados es decir los conciertos de cámara que fueron grabados antes de la pandemia.

Para el 43,9% que representa 18 personas encuestadas, su contenido favorito han sido los conciertos presentados en directo a través de *Lives* de *Facebook* y para el 34,1% que representa a 14 personas han sido el contenido de tipo educativo es decir todo aquel material que fue difundido a través de la Temporada Didáctica Virtual. Las publicaciones que han gustado más al público, posteadas durante la pandemia han sido los conciertos en directo y pregrabados con porcentajes de 43,9% y 41,5% respectivamente.

Esto se debe a que son actividades que por primera vez están al acceso de todo público a través de las redes sociales.

Gráfica No. 8

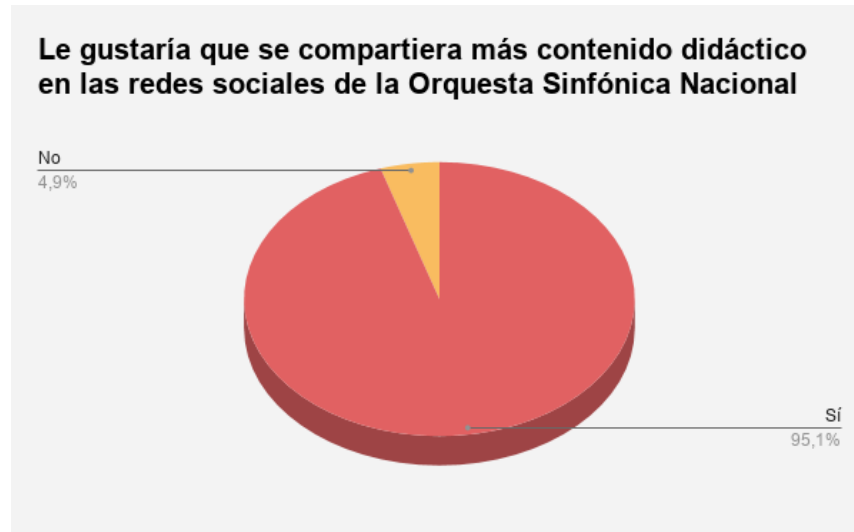


Fuente: elaboración propia

De las 41 personas encuestadas, 38 personas que equivalen al 92,7 % consideran útil la información compartida durante la Temporada Didáctica Virtual. Por su parte el 7,3% que equivale a tres personas consideran de menor relevancia este tipo de información. La temporada didáctica está orientada a difundir el gusto por la música, en esta nueva modalidad logró alcanzar una proyección más amplia de lo que suele ser una temporada didáctica normal, que cuenta con la participación de pocos establecimientos educativos cada año.

Cabe resaltar que durante la Temporada Didáctica Virtual se presentó una serie de videos donde los maestros de la Orquesta Sinfónica Nacional realizaron varias presentaciones las cuales se encontraban dirigidas no solo a la educación primaria sino también abarcó una enseñanza para niños más pequeños. Las cuales fueron compartidas por algunos colegios a sus estudiantes, como parte de su enseñanza musical, dentro del periodo de confinamiento provocado por la pandemia Covid-19.

Gráfica No. 9

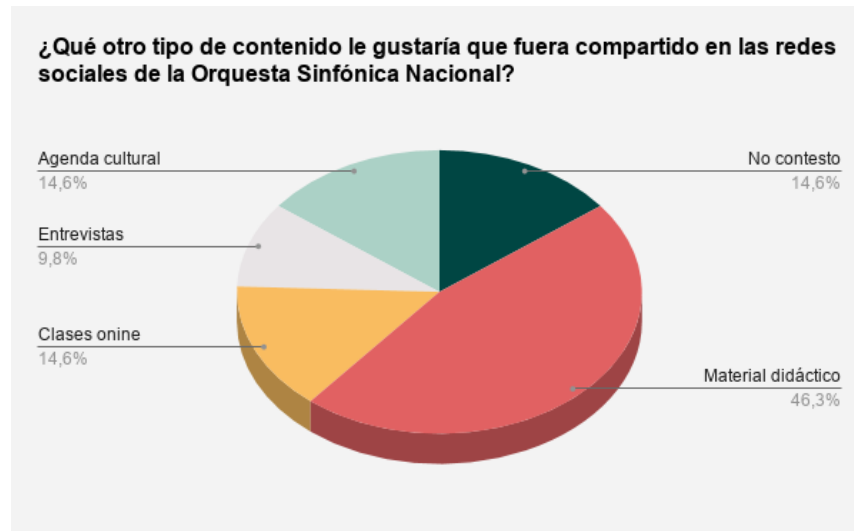


Fuente: elaboración propia.

De las 41 personas encuestadas, 39 personas que equivalen al 95,1 % ven de forma positiva la transmisión de contenido didáctico en las diferentes plataformas de la Orquesta Sinfónica Nacional. Mientras que para el 4,9% que equivalen a dos personas prefieren que no se comparta contenido didáctico dentro de las plataformas de la institución. Para el 95,2% de las personas encuestadas les gustaría que se posteara contenido educativo por parte de la orquesta sin ser parte de una temporada establecida.

La Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala es la entidad a nivel nacional, encargada de difundir música sinfónica, es levemente conocida incluso dentro de la ciudad capital. Cuenta con 75 años de trayectoria y la operatividad de sus temporadas se encuentra concentrada dentro de la ciudad capital.

Gráfica No.10



Fuente: elaboración propia

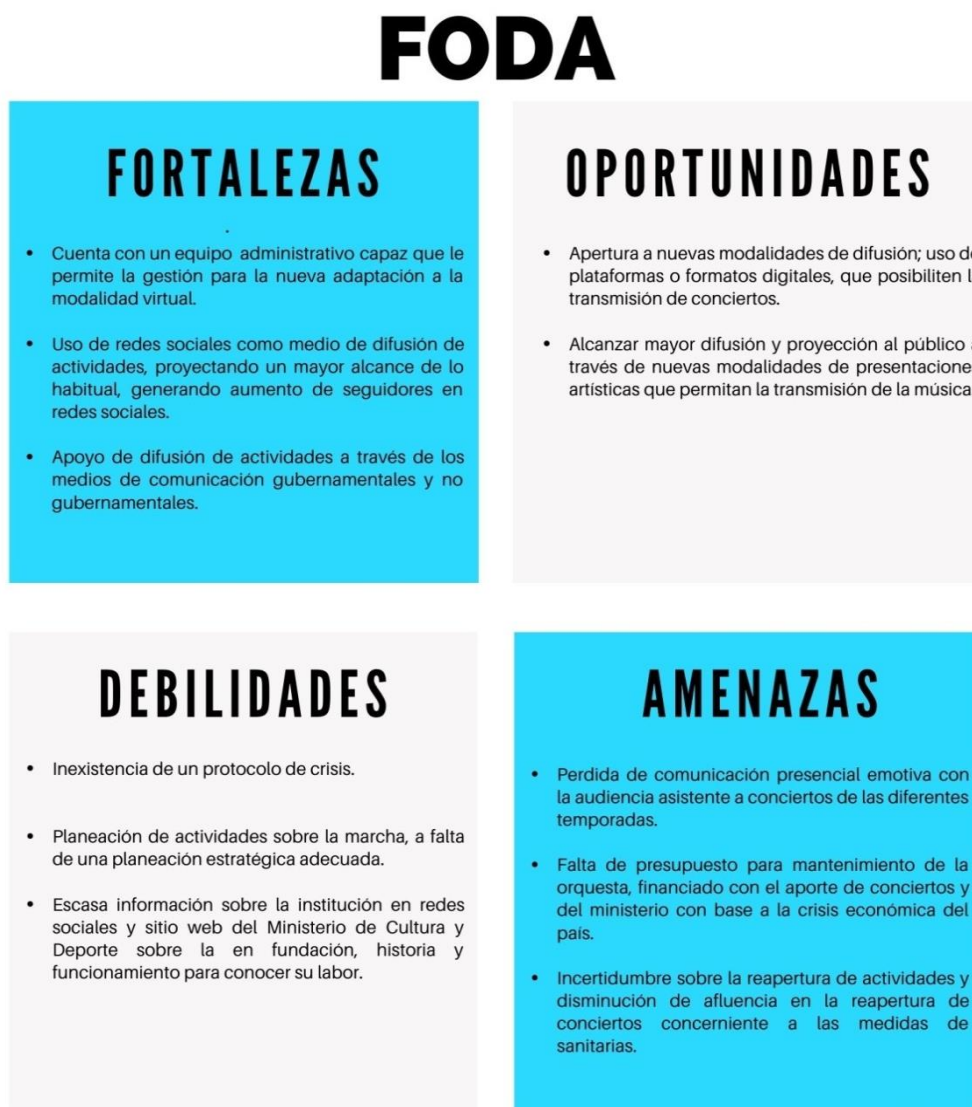
De las 41 personas encuestadas, el 46,3% que equivalen a 19 de las personas encuestadas les gustaría que se publique contenido didáctico como: historia musical, biografías de los grandes maestros y maestros nacionales e infografías de instrumentos musicales. Para el 14,6% que equivale a seis personas, se encuentran a favor de que se realicen clases en línea para principiantes.

Para el otro 14,6% que equivale a seis personas, están a favor de que se publique la agenda de actividades que realizará la Orquesta Sinfónica Nacional, así como la participación de los maestros de la OSN en eventos internacionales. Un 14,6% que equivale a seis personas no respondió a la pregunta o su respuesta fue ambigua y un 9,8% que equivale a cuatro personas encuestadas, se encuentran a favor que se realicen entrevistas a maestros no reconocidos y a estudiantes de la orquesta.

## 1.14. FODA

Constituye una herramienta de planeación estratégica, que permite realizar un análisis interno. “El análisis FODA constituye un marco analítico que permite identificar y analizar factores claves para el trabajo de la institución —sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas— y que pueden influir sobre el éxito de sus actividades, incluidas las iniciativas de comunicación” (Oxfam 2014).

Imagen 2



Fuente: elaboración propia.



#### 1.15. Problemas detectados

- Ausencia de un plan de gestión en tiempos de crisis.
- Ausencia de una planeación de contenido.
- Logotipo variable en redes sociales: a pesar de que existen reglas que regulan el uso y no son aplicadas. La utilización del logotipo dentro de las publicaciones y fotografías de perfil de dichas redes es adaptada al diseño en cuestión, lo que debilita la imagen del logotipo.
- Falta de información sobre el funcionamiento de institución, la información corporativa encontrada dentro de redes sociales y página *web* del Ministerio de Cultura y Deporte es muy escueta.
- Comunicación interna débil, debido al confinamiento, el área administrativa tiene reuniones periódicas y el resto de los integrantes únicamente si son propuestos para realizar conciertos de cámara son convocados una vez a la semana.
- Acopio de seguidores en una sola red social, a pesar de tener diferentes redes sociales, la mayoría del público se concentra en *Facebook*.

#### 1.16. Planteamiento del problema comunicacional

Al terminar este diagnóstico, se concluye que las gestiones comunicacionales realizadas por la Orquesta Sinfónica fueron ejecutadas de manera espontánea, sin la previa planificación, todas y cada una de ellas fueron elaboradas sobre la marcha. Si bien las acciones realizadas han surtido efecto, los resultados no se podrían comparar con los resultados de una estrategia planificada. De igual manera no fue hasta el inicio de la pandemia que las redes sociales empezaron a jugar un papel importante, puesto que se encontraban sin mayor movimiento.

#### 1.17. Indicadores de éxito

Ejecución en línea que permite el desarrollo del proyecto, sin ser necesario el acercamiento físico a la institución debido a las medidas de prevención por Covid-19.

Ejecución en el tiempo estipulado

1.18. Proyecto a desarrollar

Desarrollo de planeación institucional en situaciones de crisis comunicacional.

## Capítulo 2

### Plan estratégico de comunicación

#### 2. Plan estratégico de comunicación

Portillo cita que un plan estratégico de comunicación “Es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización” (2014, p.36).

##### 2.1. Descripción técnica del plan estratégico de comunicación

Desarrollo de estrategias integradas que propician la creación de un plan de fortalecimiento institucional de la imagen con ampliación de información técnica y práctica para la institución, dentro de una gestión sistematizada en escenarios que propicien su declive en caso de crisis comunicacional.

##### 2.2. Objetivos de la estrategia

###### 2.2.1. Objetivo general

Mejorar la comunicación que propicie el fortalecimiento de la imagen institucional de la Orquesta Sinfónica Nacional dentro de los próximos 5 meses.

###### 2.2.2. Objetivos específicos

- Generar procedimientos comunicativos para regular el desarrollo de la crisis comunicacional y así aminorar su impacto.
- Ampliar el conocimiento de trayectoria de la Orquesta Sinfónica Nacional a través de sus propios espacios virtuales.

### 2.3. Misión

Fortalecer la imagen institucional de la Orquesta Sinfónica Nacional

### 2.4. Visión

Consolidar en la mente del ciudadano guatemalteco la imagen de la Orquesta Sinfónica Nacional.

### 2.5. Elementos comunicacionales

#### Comunicación

La comunicación es un elemento fundamental en la cotidianidad de todo individuo, que proviene desde el aprendizaje de una lengua, su apropiación del lenguaje y el ejercicio del habla que conlleva a la socialización con otros individuos. Puesto que el ser humano es un ente social utiliza la comunicación para poner en común sus ideas y darlas a conocer a los demás miembros. Por su parte la Real Academia Española la define como: “Acción y efecto de comunicarse” (2019), una manera simple de expresar todo un proceso de amplias magnitudes.

#### Estrategia:

La estrategia constituye una serie de normas que busca llevar a cabo un fin determinado. Dentro de la sociedad y específicamente dentro de las empresas se conforman líneas globales de acción frente a la competencia del mercado, es por ello que buscan ser ambiciosas y desafiar al futuro (Capriotti, 2013).

#### Estrategia de comunicación

Por su parte la estrategia de comunicación si bien busca conformar líneas de acción conjuntas, estas se traducen como una planificación de gestión de índole comunicativa que se

adapta a la organización institucional; respondiendo a los objetivos y valores de esta (Oxfam, 2014).

### Plan estratégico

La estrategia y el plan no es lo mismo, por su parte la estrategia responde al qué y el plan al cómo se llevará a cabo. De esta forma se determina el planteamiento de cómo se llevará a cabo o cómo se conseguirá maximizar las oportunidades que se presentan. Para esto se deben planear acciones conjuntas con objetivos definidos, el seguimiento de las acciones y por último la evaluación (Oxfam, 2014).

### Crisis

Es una permuta honda que ocasiona secuelas, por su parte Zeña y Segura afirman que es un “Riesgo o evento (incidente o accidente) que puede afectar la viabilidad de las operaciones, trascendiendo a la opinión pública y que, posiblemente, se convierta en elemento de escrutinio público” (2009, p.26).

### Crisis comunicacional

Acciones imprevistas que afectan la imagen de la entidad. Generando el hablar de los medios de comunicación, que con lleva la opinión pública. (Zeña y Segura, 2010).

### Plan de crisis comunicacional

Normativo de acciones de tipo comunicacional diseñado específicamente para el manejo de una crisis de tipo comunicacional. (Zeña y Segura, 2010).

## Tipos de crisis

La crisis se puede clasificar en: crisis evitable y crisis no evitable. La crisis evitable es aquella que se puede evitar con una actuación precisa, esta es normalmente causada por el propio ser humano. Y la crisis inevitable es aquella que se genera debido a situaciones de la naturaleza o accidentes (ICETEX, 2010).

## Comité de crisis

Conjunto de personas que ejecutarán la labor multidisciplinaria frente a una situación de crisis previamente establecido (Zaña y Segura, 2010).

## Vocero

Es el encargado oficial de declarar ante los medios de comunicación siguiendo el protocolo establecido (Zea y Segura 2010).

## Mensajes de comunicación de crisis

Para Berceruelo *et al.* (2011) los mensajes de comunicación de crisis “Deben emplearse para afrontar y asumir lo ocurrido, así como, si procede ensalzar las medidas tomadas por la compañía antes, durante y después del suceso detonante del problema” ( p.131).

## Redes Sociales

Plataformas de comunicación en masa a bajo costo con servicios y funciones diversas para mantener en contacto a sus usuarios dentro de la red (Oxfam, 2014).



## 2.6. Alcances y límites de las estrategias

### 2.6.1. Alcances

Se busca salvaguardar la imagen, los principios y valores frente a contextos comunicacionales adversos que se puedan presentar en el futuro. Fomentar a través de temas de interés el conocimiento y el sentido de pertenencia para con la institución.

### 2.6.2. Límites

- Acceso a la información limitado.
- Inaccesibilidad a revisión de material institucional
- Inaccesibilidad a las instalaciones físicas
- Financiamiento lucrativo para el desarrollo de actividades.

## 2.7. Metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación

Dentro de la metodología aplicada se utilizó la investigación descriptiva con un enfoque mixto, la cual se aplicó para la obtención de una vista panorámica de la situación, a través de la observación sistemática no participante, la reflexión y la técnica estadística para la interpretación de la información recabada. Así como para la interpretación de resultados:

a) Descriptivo: a través de la observación de las actividades desarrolladas dentro de las redes sociales oficiales de la institución, el estudio de la documentación, las entrevistas, cuestionarios y los datos recabados que sirven de soporte a la investigación, se procedió a describir los problemas detectados.

b) Analítico: para el procesamiento de la información recabada se procedió a analizar cada uno de los datos obtenidos y así poder exponer los resultados de la investigación.

## 2.8. Actividades para la operatividad de las estrategias

Tabla 5

Propuesta	Actividad
<p>Propuesta 1</p> <p>Manual institucional de crisis</p> <p>Manual que detalla estrategias que garantizan una actuación sistematizada en situaciones comunicacionales de crisis. Permitiendo establecer la jerarquía del evento y las acciones más acertadas según sean clasificadas por el comité de crisis. Junto con los interlocutores especializados a quien contactar en caso de emergencia.</p>	<p>Realización del manual institucional de crisis</p> <p>Guía de procedimientos</p> <p>Sugerencia de reuniones mensuales para abordar posibles situaciones de crisis</p>
<p>Propuesta 2</p> <p>Desarrollo de planificación de actividades sobre temas que promuevan a la orquesta desde su identidad y las actividades que realiza; manteniendo el interés generado por la pasada Temporada Didáctica Virtual, que propicie el aprendizaje musical para educar y generar más seguidores que deseen apreciar la música académica en futuros conciertos.</p>	<p>Desarrollar una planificación de actividades que promuevan el conocimiento sobre acciones que realiza la Orquesta Sinfónica Nacional.</p>

Fuente: elaboración propia

## 2.9. Cronograma del Plan

Tabla 6

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
AGOSTO				
Elaboración de manual de gestión de crisis comunicacional				
Guía de procedimientos				
Reunión mensual para el abordaje de situaciones de riesgo (durante la última reunión del Consejo Directivo del mes)				
SEPTIEMBRE				
Desarrollar estrategia y planificación de actividades que promuevan el conocimiento sobre acciones que realiza la Orquesta Sinfónica Nacional.				
Realización de infografías como material de apoyo				
Reunión mensual para el abordaje de situaciones de riesgo (durante la última reunión del Consejo Directivo del mes)				

Fuente: elaboración propia

Tabla 7

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
OCTUBRE				
Reunión mensual para el abordaje de situaciones de riesgo (durante la última reunión del Consejo Directivo del mes)				
NOVIEMBRE				
Reunión mensual para el abordaje de situaciones de riesgo (durante la última reunión del Consejo Directivo del mes)				
DICIEMBRE				
Reunión mensual para el abordaje de situaciones de riesgo (durante la última reunión del Consejo Directivo del mes)				

Fuente: elaboración propia

## 2.10. Financiamiento

Durante el confinamiento como consecuencia de la pandemia Covid-19 y el cierre total de toda actividad que genera un ingreso lucrativo, la Orquesta Sinfónica Nacional no se encuentra en condiciones de realizar financiamiento de ningún tipo debido a qué sido golpeada económicamente.

Como apoyo a la institución la epesista, a cargo del desarrollo de las estrategias, financia la ejecución de los materiales realizados.

## 2.11. Presupuesto

Tabla 8

Descripción	Valor
Elaboración de manual institucional de crisis	Q 5,000.00
Diseño y diagramación	Q 1,000.00
Impresión del manual	Q 100.00
Asesoramiento comunicacional	Q15,000.00
Infografías	Q 500.00
Total	Q 21,100.00

Fuente: elaboración propia

## 2.12. Beneficiarios

Con la creación de un manual de gestión de crisis comunicacional, su uso adecuado y la creación del comité, se busca generar un respaldo y preparar tanto al personal administrativo como a los artistas al momento de detectar la mínima señal de una crisis, se proceda a tomar acciones que contengan el impacto en caso se dé este tipo de situaciones negativas y que puedan afectar la imagen de la Orquesta Sinfónica Nacional debido a que ninguna entidad se encuentra exenta a esta situación.

Con la difusión de campañas que propicien el aprendizaje de cultura general, musical e instrumental, se busca beneficiar y educar a los diferentes grupos a los que se proyecta la Orquesta Sinfónica Nacional dentro de sus variadas temporadas, así como tener mayor alcance y generar mayor número de seguidores.

## 2.13. Recursos humanos

La Orquesta Sinfónica Nacional no cuenta con departamento estructurado de comunicación y tampoco Relaciones Públicas. El área de comunicación está centralizada en su *community manager*. Y como apoyo al área de comunicación la epesista funge parte de esta.

Al momento de convocar al comité se contará con los siguientes cargos:

Tabla 9

Comité de gestión de Crisis
Director del Comité de gestión de crisis
Coordinador de comunicación
Coordinador de administración
Coordinador de aspectos legales
Asesores (profesionales externos)

Fuente: Icetex

## 2.14. Áreas geográficas de acción

La sede central de la Orquesta Sinfónica Nacional se encuentra ubicada en la 3<sup>a</sup>. Av. 4-61, zona 1, Ciudad de Guatemala. Aquí se realizan las reuniones del Consejo Directivo y es

donde se gestionan las actividades a ejecutarse. Al igual que la comunicación dirigida a los distintos medios de comunicación.

## 2.15. Cuadro comparativo de estrategias.

Tabla 10

Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Elaboración de manual de gestión de crisis comunicacional	Implementar guías prácticas de procedimiento comunicativo para regular el desarrollo de la crisis comunicacional y así aminorar el impacto.	Q.5,000.00	Epesista	Sede Orquesta Sinfónica Nacional	Integrantes de la Orquesta Sinfónica Nacional; maestros músicos y personal administrativo	Del 01 de agosto al 21 de agosto.
Diseño y diagramación	Implementar guías prácticas de procedimiento comunicativo para regular el desarrollo de la crisis comunicacional y así aminorar el impacto.	Q 1,000.00	Epesista	Sede Orquesta Sinfónica Nacional	Integrantes de la Orquesta Sinfónica Nacional; maestros músicos y personal administrativo	Del 28 de agosto al 4 de septiembre
Planificación de contenido	Ampliar el conocimiento de trayectoria de la Orquesta Sinfónica Nacional a través de sus propios espacios virtuales.	Q500.00 infografías	Epesista	Área de alcance de Facebook y los seguidores de las redes sociales de la OSN	Orquesta Sinfónica Nacional	Del 05 de septiembre al 11 de septiembre

Fuente: investigación propia.

## Capítulo 3

### Ejecución de la estrategia

#### 3. Informe de la ejecución

##### 3.1. Elaboración de Manual de gestión de crisis comunicacional

###### Objetivo de la actividad

Implementar guías prácticas de procedimiento comunicativo para regular el desarrollo de la crisis comunicacional y así aminorar su impacto.

###### Medio utilizado

El medio utilizado para su presentación es a través de un manual de gestión de crisis digital e impreso, que propicie un mejor manejo.

###### Área geográfica de impacto

Por ser un manual interno su impacto es de tipo institucional.

###### Presupuesto en esta acción:

Tabla 11

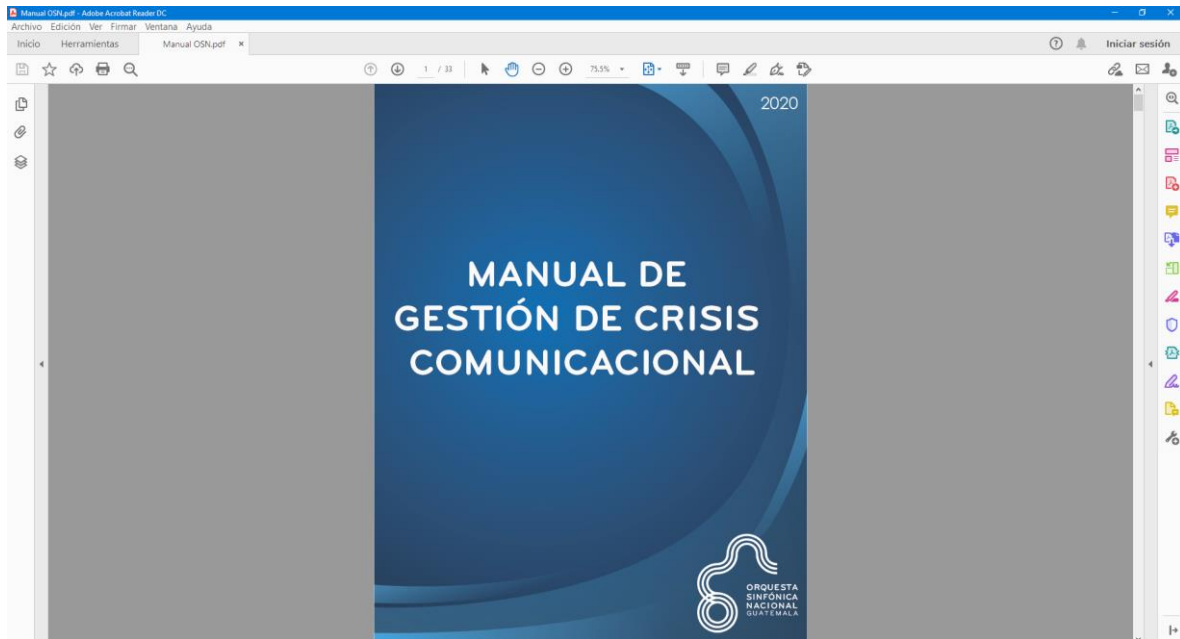
Descripción	Valor
Elaboración de manual institucional de crisis	Q 5,000.00
Diseño y diagramación	Q 1,000.00
Impresión del manual	Q 100.00
Asesoramiento comunicacional	Q15,000.00
<b>Total</b>	<b>Q 21,100.00</b>

Fuente: Elaboración propia



Comprobación del material

Imagen 3



[https://drive.google.com/drive/folders/1vsQB1T0hV\\_8\\_p2cvkpWVjYNtZ6HysWWh](https://drive.google.com/drive/folders/1vsQB1T0hV_8_p2cvkpWVjYNtZ6HysWWh)

Fuente: elaboración propia

### 3.2. Estrategia de contenidos

Desarrollo de estrategia y planificación de actividades; se realizará una proyección de actividades sugeridas e infografías como material de apoyo.

#### Objetivo de la actividad

Ampliar el conocimiento de trayectoria de la Orquesta Sinfónica Nacional a través de sus propios espacios virtuales.

#### Medio utilizado

El medio utilizado para su presentación es a través de la planificación de tipo digital para un mejor manejo.

#### Área geográfica de impacto

Por ser una estrategia interna su impacto es de tipo institucional y al momento de ser ejecutada tendrá impacto dentro de los seguidores de las redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional.

#### Presupuesto en esta acción:

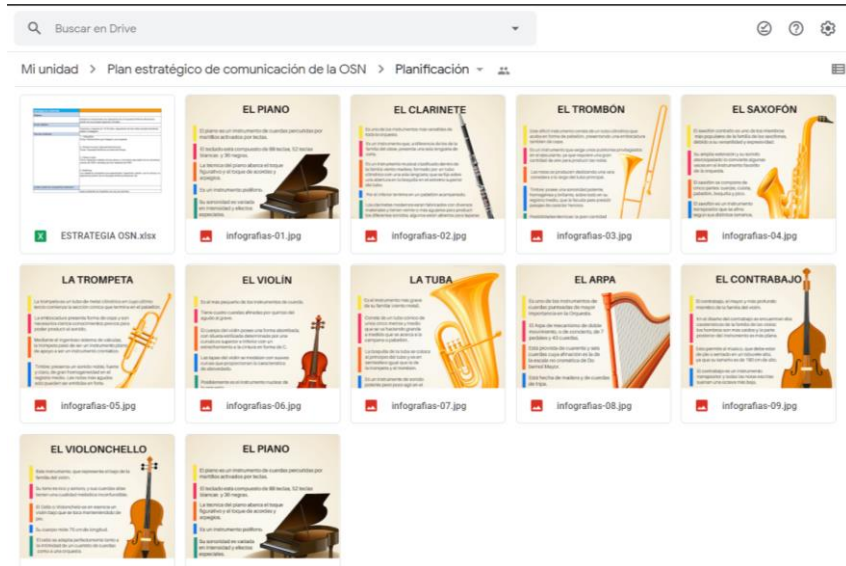
Tabla 12

Descripción	Valor
Infografías	Q 500.00
Total	Q 500.00

Fuente: Elaboración propia.

## Comprobación del material

Imagen 4



<https://drive.google.com/drive/folders/1z7w8kYVM-WrbialSuu2M7nydtae8pF98>

Fuente: elaboración propia

### 3.3. Actividades y calendarización:

Tabla 13

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL EPSL 2020																											
No.	Actividad	Meses																									
		Mayo					Junio				Julio					Agosto				Septiembre							
	Semanas	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
1	Contacto con la institución																										
2	Primera contextualización con el presidente del Consejo Directivo																										
3	Investigación inicial de acerca de la institución																										
4	Entrevistas al presidente y encargada de comunicación de la institución.																										
5	Encuesta a seguidores de la página institucional de facebook.																										
6	Interpretación de datos																										
7	Elaboración del informe del diagnóstico																										
8	Elaboración del plan de comunicación																										
9	Elaboración de estrategia 1																										
10	Ejecución de la estrategia 1.																										

Fuente: elaboración propia.

Tabla 14

Conferencias	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Comunicación organizacional 6 de mayo				
Comunicación en tiempos de crisis 8 de mayo				
Los retos de nuestra profesión y las nuevas tecnologías 12 de mayo				
Árbol de problemas y análisis FODA 13 de mayo				
Redacción de objetos 15 de mayo				
Enfoque cualitativo y cuantitativo 20 de mayo				
Análisis de recopilación de datos 22 de mayo				

Fuente: elaboración propia.

Tabla 15

Conferencias	MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO				
Herramientas digitales para la nueva comunicación 26 de mayo																				
Eficacia de la Expresión verbal en Video Conferencias académicas 29 de mayo																				
Normas APA 23 de junio																				
La radio en línea en la nueva era digital 7 de julio																				
Salud y seguridad ocupacional y normas complementarias para la prevención de COVID-19 en los lugares de trabajo. 7 de agosto																				
Desarrollo del plan de comunicación 11 de agosto																				
Herramientas digitales para la ejecución del plan de comunicación 12 de agosto																				
Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad 15 de agosto																				
Creando contenido para redes sociales 17 de agosto																				
Herramientas de comunicación digital efectivas 19 de agosto																				
Proceso de la estrategia de Comunicación desde su concepto hasta la aplicación 20 de agosto																				
La importancia de la comunicación interna en tiempos de crisis 24																				
¿Cómo evaluar mi proyecto de comunicación? 26 de agosto																				
Organizar, controlar y concluir 28 de agosto																				

Fuente: Elaboración propia.

## Conclusiones

1. Se determinó que optimizar la gestión comunicacional a través de un protocolo y la creación de un comité encargado de la gestión de la crisis comunicacional, propicia el fortalecimiento de la imagen de la Orquesta Sinfónica Nacional de manera que permite la contribución del Consejo Directivo, personal del área administrativa y artística, creando entornos sostenibles, que ayudan a sincronizar la cultura organizacional sustentando una gestión integral.
2. Los procedimientos comunicativos permiten regular el desarrollo de la crisis comunicacional y determinar la difusión de la información conveniente para la institución.
3. A través de la ampliación del conocimiento de la trayectoria de la Orquesta Sinfónica Nacional por medio de sus propios espacios virtuales permite el fortalecimiento institucional y el sentido de pertenencia de sus seguidores con respecto a la institución.
4. Ninguna entidad, ya sea pública o privada está exenta de entrar en algún momento en crisis. Puesto que siempre existirán factores de tipo externo que no pueden ser controlados por la institución.
5. Identificar los escenarios genéricos que lograrían desencadenar o afectar a los públicos de interés dentro de una institución o entidad permite establecer un plan de preparación adecuado en enfrentar un momento de crisis.
6. Analizar las actividades realizadas por la institución en crisis precisas, permitirá conocer el tipo de crisis, el público afectado, las estrategias que se realizaron para su contención, acciones funcionales y no funcionales. Por ello es indispensable, al superar una crisis, incluir un informe de la acción comunicacional realizada para consultas posteriores.



## Recomendaciones

1. Determinar un diseño y colores para el logotipo oficial que permita el reconocimiento visual de la institución y de manera que se alcance impactar de manera positiva a la sociedad guatemalteca.
2. Al entrar en función cada año el nuevo Consejo Directivo, designar a los nuevos miembros que formarán el comité de gestión de crisis comunicacional y establecer un espacio dentro de las reuniones del consejo para abordar temas que se consideren proclives a desencadenar una crisis.
3. Revisar periódicamente el Manual de gestión de crisis comunicacional y realizar actualizaciones según sea requerido, tomando en cuenta las necesidades previstas en la evaluación de crisis futuras.
4. No descartar ningún tipo de alerta hasta constatar que dicha actividad no desatará una escalada de acontecimientos negativos. Es necesario mantener un monitoreo constante sobre temas que alcancen afectar a la Orquesta Sinfónica Nacional.
5. Para complementar la información sobre el Manual de gestión de crisis, se recomienda la creación de una guía para voceros.
6. Creación de campañas internas que informen, alerten y prevengan a los funcionarios y colaboradores de manera que identifiquen las características de una crisis comunicacional. Y se preparen ante la activación de esta para impedir su progreso.
7. Actualizar y ampliar la información sobre la Orquesta Sinfónica Nacional dentro de los espacios virtuales propios, así como dentro de la página *web* del Ministerio de Cultura y Deportes que permita conocer a fondo la trayectoria de la institución. Accediendo de esta manera a tener más visibilidad y contacto con sus seguidores.

## Referencias bibliográficas

Ochoa J. (2020, 26 de febrero) *El método científico*. [ponencia]. Fase propedéutica EPS, Guatemala, Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Decreto Número 80-91, *Declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nacional a la Orquesta Sinfónica Nacional*. Diario Oficial de la República de Guatemala, Guatemala, Guatemala, 27 de noviembre de 1991.

Decreto Número 24-93, *Modificación y ampliación al Artículo 2º. del Decreto Número 80-91 del Congreso de la República*. Diario Oficial de la República de Guatemala, Guatemala, Guatemala, 23 de junio 1993.

Zeñal, M., y Segura, R (2009) *Guía práctica de gestión de crisis comunicacional*, Autoridad Nacional de Servicio Civil -SERVIR-

## E-grafías

Azacuán, (2020, 20 de abril), *Orquesta Sinfónica Nacional presenta por primera vez “temporada didáctica virtual”*, <https://azacuan.com/video/musica/orquesta-sinfonica-nacional-presenta-por-primera-vez-temporada-virtual/>

Abrego, B. (2020, 5 de febrero), *La OSN traza nuevos horizontes*, <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/la-osn-traza-nuevos-horizontes/>

Abrego, B. (2020, 25 de marzo), *La OSN y otras instituciones artísticas lo acompañan en casa*, <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/la-ons-y-otras-instituciones-artisticas-lo-acompaña-en-casa/>

Abrego B. (2020, 22 de abril), *Aprenda con la OSN y su Temporada Didáctica Virtual*,

<https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america-/aprenda-con-la-osn-y-sutemporada-didáctica-virtual>

Berceruelo, B., Almendros, R., Alonso, M., De Arriba, L., Bonilla, C., Castaño, S., Tarjuelo, J. A. (2011) Comunicación interna de la empresa. Recuperado de: <https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/140801ARF-ESTUDIO-interior-comuni-interna-1.pdf>

Bruno, D. *El diagnóstico de comunicación*. Consultado el 09 de marzo de 2020 <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://porunsiglo.files.wordpress.com/2011/02/el-diagnoc3b3stico-comunicacional-daniela-bruno.pdf&ved=2ahUKEwiNzZ7so5DoAhXxRd8KHY9lDkoQFjAAegQIARAB&usg=AOvVaw2MerA6a64ili3sWjHYXeQz>

Capriotti, P. (2013) *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Recuperado de <http://www.bidireconal.net>

Cuxil, H. N. (2019), *Diseño de material gráfico editorial para divulgar la trayectoria profesional de los músicos de la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala*. [tesis de pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala], <http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/025019.pdf>

Decreto Número 80-91, *Declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nacional a la Orquesta Sinfónica Nacional*. Diario Oficial de la República de Guatemala, Guatemala, Guatemala, 27 de noviembre de 1991.

Decreto Número 24-93, *Modificación y ampliación al Artículo 2º. del Decreto Número 80-91 del Congreso de la República*. Diario Oficial de la República de Guatemala, Guatemala, Guatemala, 23 de junio 1993.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill  
<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbmxb250YWRlcmlhcHVibGljYTk5MDUxMHxneDo0NmMxMTY0NzkxNzliZmYw>

Orquesta Sinfónica Nacional. *Comunicado Urgente*. Facebook. Consultado el 24 de mayo de 2020, [www.facebook.com/1551224918430521/posts/2643997495819919/](http://www.facebook.com/1551224918430521/posts/2643997495819919/)

ICETEX, (2010), Manual de gestión de la comunicación en situaciones de crisis. Recuperado de: [https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n de la comunicaci%C3%B3n en situaciones de crisis.pdf](https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20en%20situaciones%20de%20crisis.pdf)

Oxfam, 2014. *¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación social?* Gráfica Goicochea  
<https://www.yumpu.com/en/document/read/54374901/como-hacer-un-diagnostico-de-comunicacion-social>

Portal MCD, Cultura, Motor del Desarrollo Integral, (2013, 26 de junio) *La Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala* <http://mcd.gob.gt/la-orquesta-sinfonica-nacional-de-guatemala/>

Portillo, P. (2014) *Plan estratégico de comunicación interna para una institución descentralizado d del gobierno* [tesis de prostrado, Universidad de Rafael Landívar, Guatemala] <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/68/Portilla-Paola.pdf>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [28 de junio de 2020].

López E. (2020, 18 de marzo), “*Quédate en Casa*”, con los maestros de la Orquesta Sinfónica Nacional, <https://www.publinews.gt/gt/noticias/2020/03/18/quedate-casa->

orquesta-sinfónica-nacional.html

López E. (2020, 23 de marzo), Video. *Marchas fúnebres desde la casa debido al Covid-19*, <https://www.publinews.gt/gt/noticias/2020/03/23/marchas-funebres-casa-corona-guatemala.html>

Lopez E. (2020, 18 de abril), Video. *“Temporada Didáctica Virtual”, iniciativa de la OSN para aprender sobre instrumentos*, <https://www.publinews.gt/gt/espectaculos/2020/04/18/temporada-didactica-virtual-ons-aprender-instrumentos.html>

López M. A. (2005), *Propuesta de Ley Orgánica para la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala, Patrimonio Cultural de la Nación, y convertirla como entidad descentralizada no empresarial del estado de Guatemala*, [tesis de pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala] <http://biblios.usac.edu.gt/library/index.php?title=425128&lang=es>

iv. Anexos:

Modelos de entrevistas



Universidad De San Carlos  
De Guatemala Escuela De  
Ciencias De La  
Comunicación Ejercicio  
Profesional Supervisado  
EPS 2020 Epeista: Rosa  
Eugenia Lémus Camas



Diagnóstico institucional sobre la comunicación externa en redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional -OSN- del Ministerio de Cultura y Deporte. La guía de entrevista corresponde con el sistema de instrumentos para recabar información en el marco del diagnóstico de comunicación que se realiza en la institución. Gracias por su tiempo y respuestas.

Nombre: Luis Recinos

Cargo: presidente del Consejo Directivo

1. ¿La OSN contaba con un plan estratégico de manejo ante la pandemia COVID-19?
2. ¿Qué tipo de actividades ha desarrollado la OSN para seguir difundiendo su música?
3. ¿Qué desafíos enfrenta la OSN ante la coyuntura generada por COVID-19?
4. ¿Cuáles son las fortalezas de la OSN ante la pandemia?
5. ¿Qué repercusiones tendrá la suspensión de los conciertos?
6. ¿Se tiene pensado un tiempo estipulado de reapertura a los conciertos?
7. ¿Qué tipo de precauciones sanitarias se establecerían en las salas de concierto ante una posible reapertura?
8. ¿Qué mecanismos de gestión de la interna y externa tiene la OSN?
9. ¿Existe en la institución un manual o protocolo de crisis?
10. ¿Quién es la persona que se encarga de la información oficial de la institución?





Universidad De San Carlos  
De Guatemala Escuela De  
Ciencias De La  
Comunicación Ejercicio  
Profesional Supervisado  
EPS 2020 Epesista: Rosa  
Eugenia Lémus Camas



Diagnóstico institucional sobre la comunicación externa en redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional -OSN- del Ministerio de Cultura y Deporte. La guía de entrevista corresponde con el sistema de instrumentos para recabar información en el marco del diagnóstico de comunicación que se realiza en la institución. Gracias por su tiempo y respuestas.

Nombre: Esly Melgarejo

Cargo: Comunicadora

1. ¿Cómo se gestiona la comunicación externa de la OSN?
2. ¿Existe un plan de comunicación estratégico ante la crisis de la pandemia COVID-19?
3. ¿La comunicación externa de la OSN toma en cuenta las relaciones con los medios de comunicación?
4. ¿Qué públicos objetivos son primordiales para la OSN?
5. ¿Cuáles fueron las redes sociales digitales utilizados para mantener contacto con su público prioritario?
6. ¿Cuál fue el mensaje emitido por la institución ante la pandemia COVID-19?
7. ¿Con que frecuencia se emiten estos mensajes?
8. ¿Considera que la comunicación de la institución responde en la medida de lo posible a las necesidades del grupo objetivo?
9. ¿Cuál o cuáles fueron las reacciones del público objetivo ante los mensajes?
10. ¿Aumentó la comunidad en redes sociales durante el confinamiento?



San Carlos De Guatemala  
Escuela De Ciencias De La Comunicación  
EPS 2020  
Epesista: Rosa Eugenia Lémus Camas



Diagnóstico Institucional: Diagnóstico institucional sobre la comunicación externa en redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional durante la pandemia Covid-19 del Ministerio de Cultura y Deporte.

Objetivo: El cuestionario corresponde con el sistema de instrumentos para recabar información en el marco del diagnóstico de comunicación que se realiza en la Orquesta Sinfónica Nacional. Gracias por su tiempo y respuestas.

1. Sexo
  - Femenino
  - Masculino
  
2. Rango de edad
  - Menos de 15 años
  - 16-25
  - 26-35
  - 36-45
  - 46-55
  - Mayor de 55 años
  
3. De las siguientes redes sociales ¿A través de cuál sigue a la Orquesta Sinfónica Nacional?
  - *Facebook*
  - *Instagram*
  - *YouTube*
  - Todas las anteriores
  
4. ¿A través de qué red social recibe información sobre las actividades realizadas por la Orquesta Sinfónica Nacional?
  - *Facebook*
  - *Instagram*

5. ¿Ha visto o escuchado los conciertos en línea emitidos por la Orquesta Sinfónica Nacional?
  - Si
  - No
  
6. ¿De qué duración prefiere los vídeos emitidos por la Orquesta Sinfónica Nacional?
  - Cortos (1-10 minutos)
  - Largos (10 minutos a 1 hora)
  
7. Del contenido compartido por la Orquesta Sinfónica Nacional, ¿Cuál le ha gustado más?  
Marque varios si le ha gustado más de uno.
  - Bibliografías
  - Conciertos pregrabados
  - Conciertos en directo
  - Contenido educativo
  
8. ¿Considera útil la información compartida a través de la temporada didáctica virtual?
  - Si
  - No
  
9. Le gustaría que se compartiera más contenido didáctico en las redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional
  - Si
  - No
  
10. ¿Qué otro tipo de contenido le gustaría que fuera compartido en las redes sociales de la Orquesta Sinfónica Nacional?

Guía de observación

Tipo de observación: sistemática/no participante

Fecha: marzo/abril/mayo

Red Social *Facebook*

Objetivos: la guía de observación corresponde con el sistema de instrumentos para recabar información en el marco del diagnóstico de comunicación que se realiza en la institución.

Tabla 16

No.	Aspecto que calificar	Si	No	Observaciones
1	Existe información completa en la página sobre su actividad académica		x	Existe información, pero es muy a escueta.
2	Posee información básica de su fundación o historia.	X		Es muy limitada
3	Posee un número telefónico de comunicación directa.	X		
4	Realiza publicaciones diarias	X		
5	Sube frecuentemente videos	X		
6	Utiliza <i>Stories</i>	X		
7	Ha realizado publicaciones específicas sobre Covid-19		X	
8	Transmite en <i>Lives</i>	X		
9	Responde los comentarios de sus seguidores	X		No a todos, pero si a varios dentro de una misma publicación.
10	Comentarios negativos		X	
11	Comentarios positivos	X		El cariño que los seguidores se ve reflejado en cada uno de sus comentarios, hacia los maestros, felicitándoles por sus interpretaciones.
12	Posee links que redireccionen a sus otras redes sociales	X		El <i>link</i> de <i>Twitter</i> está mal redireccionado.
13	Promociona con anterioridad sus conciertos.	X		
14	Pone de manifiesto la trayectoria de sus integrantes.	X		Posee un álbum completo en donde detalla la historia de vida de los integrantes además de complementarla con fotografías.
15	Aporta cultura general sobre su temática	X		Tan solo dentro de la reciente temporada didáctica virtual.

Fuente: elaboración propia

Tabla 15

Matriz de preguntas al presidente del Consejo Directivo de la Orquesta Sinfónica de Guatemala.

Nombre:	Luis Recinos
Cargo:	presidente del Consejo Directivo
Pregunta #1	¿La OSN contaba con un plan estratégico de manejo ante la pandemia COVID-19?
Respuesta	Se tenía la planificación del año, pero en términos de estar preparados a lo que venía no hubo ninguna planeación y todas las medidas que se fueron implementando, han sido totalmente espontánea, desde que confirmaron el primer caso.
Pregunta #2	¿Qué tipo de actividades ha desarrollado la OSN para seguir difundiendo su música?
Respuesta	<p>En primera instancia, se utilizó como principal fuente las redes sociales, para poder difundir la música académica, enfocado a un repertorio guatemalteco, con la finalidad de crear identidad y pertenencia, en tiempos donde se necesita fomentar esperanza. Luego, en la misma modalidad, innovando la temporada didáctica virtual, que está dirigida a la niñez y juventud de Guatemala a su cierre, se lanzó un video colectivo, donde participaba la orquesta completa.</p> <p>En el mes de abril y mayo, se implementaron grabaciones de grupo de cámara. Como parte de la modalidad, que se conoce como: jueves de OSN. Realizando estas grabaciones con grupos de cámara con diferentes repertorios. Como parte de la difusión que se hace, para mantener la presencia de la OSN, se publicaron las bibliografías artísticas de los miembros de la orquesta siempre dentro de nuestras redes sociales.</p>
Pregunta #3	¿Qué desafíos enfrenta la OSN ante la coyuntura generada por COVID-19?
Respuesta	<p>Hay muchos desafíos, desde el aspecto artístico, naturalmente el covid afecta en distanciamiento, debido a la labor de tocar en conjunto, que conlleva a estar generando una amalgama de sonidos. Por otro lado, el trabajo como orquesta, está por definirse. De cómo se van a proyectar, una orquesta sinfónica a nivel mundial, el innovar en otro tipo de presentaciones, puesto que no sé ha definido, el retomar espacios cerrados a los cuales se está acostumbrado.</p> <p>Desafíos que qué conllevarán en cuestiones como: logística, gastos u otro tipo de tecnología para tener presencia similar. Las propias limitantes al ser una entidad del estado, en términos de ejecución presupuestarias, ya que el Estado aún no se adapta a la situación de la pandemia, sin embargo, es un doble desafío, al ser una entidad artística, que necesariamente tiene que estar activa para su difusión. Nuestra intención es, ver la crisis como una oportunidad.</p>
Pregunta #4	¿Cuáles son las fortalezas de la OSN ante la pandemia?
Respuesta	La fortaleza que ha generado el equipo administrativo de la Orquesta, logrando que el trabajo en equipo se unifique. También, la necesidad como fortaleza de continuar estudiando cada maestro su instrumento desde casa. El cariño y la admiración que la orquesta tiene, como institución para todo el público. Ya que nos motiva a seguir innovando, creciendo y proyectarnos más ampliamente, la música es importantes para sensibilizar a las personas y convierte la crisis que estamos viviendo en algo más fácil de sobrellevar para nosotros, es una fortaleza como artistas, el proyectarnos aún más de lo que lo hacíamos.
Pregunta #5	¿Qué repercusiones tendrá la suspensión de los conciertos?



Respuesta	Entre las repercusiones está, el no contar con solistas y directores invitados, afecta debido a que no tenemos director titular, el distanciamiento impide disponer de invitados que vengan a trabajar en la orquesta, siendo parte importante. La forma de apreciación de los conciertos, en un teatro se aprecia de una forma distinta a la forma digital, debido al trabajo de edición, repercutiendo de cómo lo aprecie el público los conciertos. Nos hemos tenido que ir olvidando de ese calor humano del público, de tener una alta audiencia reunida, ya estamos viendo en otros países en donde en los teatros se desinstalan butacas; para que haya por lo menos la mitad de afluencia. Esto repercute exponencialmente en la proyección que se puede tener.
Pregunta #6	¿Se tiene pensado un tiempo estipulado de reapertura a los conciertos?
Respuesta	Debido a no existe un protocolo de cómo hacer una presentación artística o cualquier espacio cerrado está vetado al público, pero si se está proyectando que, a mediados del 2021, se retome una actividad normal en los teatros.
Pregunta #7	¿Qué tipo de precauciones sanitarias se establecerían en las salas de concierto ante una posible reapertura?
Respuesta	Hemos trabajado un protocolo de prevención nuestra, porque una cosa son las medidas de prevención, pues que ya todos conocemos, pero también un protocolo de una orquesta: cómo desinfectar los instrumentos, cuánta distancia tiene que existir entre cada músico, qué implementos utilizar.  Por ejemplo: los instrumentistas de viento tendrían que utilizar paneles acrílicos que además de proteger al músico y a las personas que tiene alrededor, permite una proyección de sonido más amplia, de forma que cada uno pueda emitir su sonido de forma tranquila.
Pregunta #8	¿Qué mecanismos de gestión de la interna y externa tiene la OSN?
Respuesta	En términos de comunicación externa, es a través de nuestras redes sociales, publicando material que está manteniendo la atención del público, esa interacción con los seguidores. Es muy escasa la comunicación interna, pero se han implementado por medio del teletrabajo, nuevas formas de comunicación en medios digitales y de conferencias de <i>Zoom</i> y el teletrabajo vía correo.  Nos reunimos por lo menos una vez a la semana, depende de las disposiciones presidenciales. Todo el equipo de administración, nos reunimos para delimitar las políticas de lo que se debe abortar en la semana, requerimientos y demás. El resto de la semana en modalidad de teletrabajo o bien se van asignando los días dependiendo de la parte le corresponde. En cuanto a los maestros toda la comunicación es de forma digital, llegan a menos que estén por hacer grabaciones de grupo de cámara, ellos llegan el lunes a realizar un ensayo al auditorio y el martes a grabación.
Pregunta #9	¿Existe en la institución un manual o protocolo de crisis?
Respuesta	No, no existe
Pregunta #10	¿Quién es la persona que se encarga de la información oficial de la institución?
	Sí, nuestra <i>Community Manager</i> es quien realiza esa comunicación oficial con todos los medios de comunicación: radial y televisivo u otros. Del Consejo directivo le informamos lo que debe informar oficialmente.

Fuente: elaboración propia



Tabla 16

Matriz de preguntas a *Community Manager* de la Orquesta Sinfónica de Guatemala.

Nombre:	Esly Melgarejo
Cargo:	comunicadora social
Pregunta #1	¿Cómo se gestiona la comunicación externa de la OSN?
Respuesta	Doy a conocer las actividades o conciertos, que está llevando a cabo la Orquesta Sinfónica, se crea un comunicado personalizado y material audiovisual; fotografías. un pequeño video ò parte de un ensayo. Esto se envía a medios de comunicación que les llama la atención, esto ya depende del contenido o el artista.
Pregunta #2	¿Existe un plan de comunicación estratégico ante la crisis de la pandemia Covid-19?
Respuesta	No teníamos nada, aunque creímos que en algún momento iba a venir, no se trabajó debido a que nosotros como orquesta, presentábamos un concierto semanal y en ocasiones dos conciertos. Es un trabajo que vamos corriendo, salimos de un concierto y entramos al otro, no se tuvo el tiempo de hacer un plan. Al día siguiente del comunicado, se empezaron a publicar videos, que fueron solicitados a los maestros, que desde su casa grababan y luego agregábamos el nombre, del maestro y de la melodía que estaba interpretando y de esta manera lo publicábamos en <i>Facebook, Instagram y Twitter</i> .
Pregunta #	¿La comunicación externa de la OSN toma en cuenta las relaciones con los medios de comunicación?
Respuesta	Con todos los medios de comunicación, con medios escritos, radiales y televisivos y digitales, se trata de tocar puertas.
Pregunta #4	¿Qué públicos objetivos son primordiales para la OSN?
Respuesta	Pues en realidad no tenemos un público objetivo, para nosotros el público objetivo es desde el niño está dentro de la pancita hasta el adulto mayor. Pero también dependerá de la temporada que se está trabajando, por ejemplo, con esta temporada virtual dedicada a niños, jóvenes y maestros. Las demás temporadas son enfocadas a adultos, también a jóvenes y jóvenes adultos. Pero depende al igual de la melodía o el concierto que se esté publicando. La música llega a todas las edades y para todas las edades.
Pregunta #5	¿Cuáles fueron las redes sociales digitales utilizados para mantener contacto con su público prioritario?
Respuesta	Abarcamos todas las redes, la <i>fampage</i> en <i>Facebook</i> , la página normal del <i>Facebook, Twitter, Instagram</i> y se activó el canal de <i>YouTube</i> .
Pregunta #6	¿Cuál fue el mensaje emitido por la institución ante la pandemia COVID-19?
Respuesta	La música es de las artes que llega a todo mundo y que llena el corazón, es lo que se trata de transmitir. Por medio del <i>hashtag</i> que utilizamos, quisimos comunicar que, no nos fuimos solo cambiamos de escenario, diciéndole a todos los guatemaltecos, a todos los seguidores que a pesar de que no estamos en el escenario habitual, estamos aquí solo que, utilizando otro escenario, cada quien desde su casa.
Pregunta #7	¿Con que frecuencia se emiten estos mensajes?
Respuesta	No se maneja una cifra específica, es conforme a lo que acontece en la semana. Pero se trata de publicar un video o fotografías previo al concierto de cada jueves de OSN virtual para dar a conocer que se va a presentar. También se publica una biografía diaria.
Pregunta #8	¿Considera que la comunicación de la institución responde en la medida de lo posible a las necesidades del grupo objetivo?

Respuesta	Creemos que sí, que sin tener un plan de contingencia ante la pandemia hemos logrado bien llenar las expectativas de nuestros seguidores y llenarlos con arte y con música.
Pregunta #9	¿Cuál o cuáles fueron las reacciones del público objetivo ante los mensajes?
Respuesta	La respuesta de nuestros seguidores ha sido muy positiva, se ha incrementado en todas las redes sociales, también los seguidores. Son muy agradecidos con la labor, no solo de la orquesta sino con cada uno de los integrantes.
Pregunta #10	¿Aumentó la comunidad en redes sociales durante el confinamiento?
	Sí, ha aumentado bastante.

Fuente: elaboración propia

## Fotografías

Antes y después de notar el error de redireccionamiento de la página de *Twitter*.

Imagen 5



Fuente: *Facebook*

Imagen 6



Fuente: *Twitter*

Imagen 7



Fuente: *Facebook*



Imagen 8



Fuente: *Twitter*

Cotizaciones

Impresión y empastado del manual de gestión de crisis

Imagen 9



**Zuraya María de Flores** <zflores@compuclub.com.gt>

para mí ▾

Buena tarde Rosa con todo gusto, el precio del empastado Carta es Q60 y el media carta Q40.

El precio de las impresiones es adicional :

tinta bn Q0.25 y color desde Q0.50 a Q3.00

laser bn Q0.50 y color desde Q3.50 a Q5.00

saludos

**Licda. Zuraya de Flores**

**Directora Ejecutiva**

Compu Club, Guatemala

Tel. 2442-5265

www.compuclub.com.gt

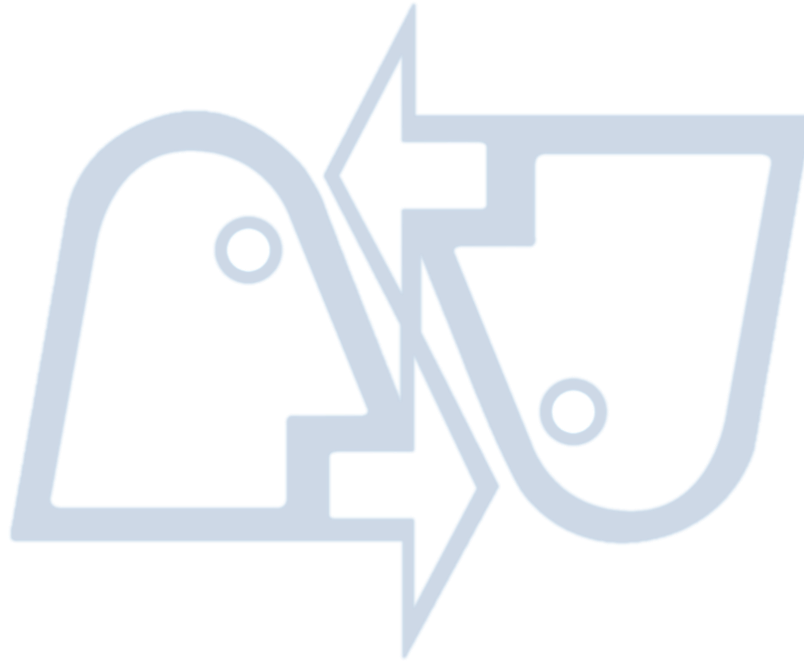
**Compu Club**  
...dedicados a tu futuro!



Descripción: Cotización de Compu Club

Fuente: Compu Club





# Comunicación

*creando futuro*