

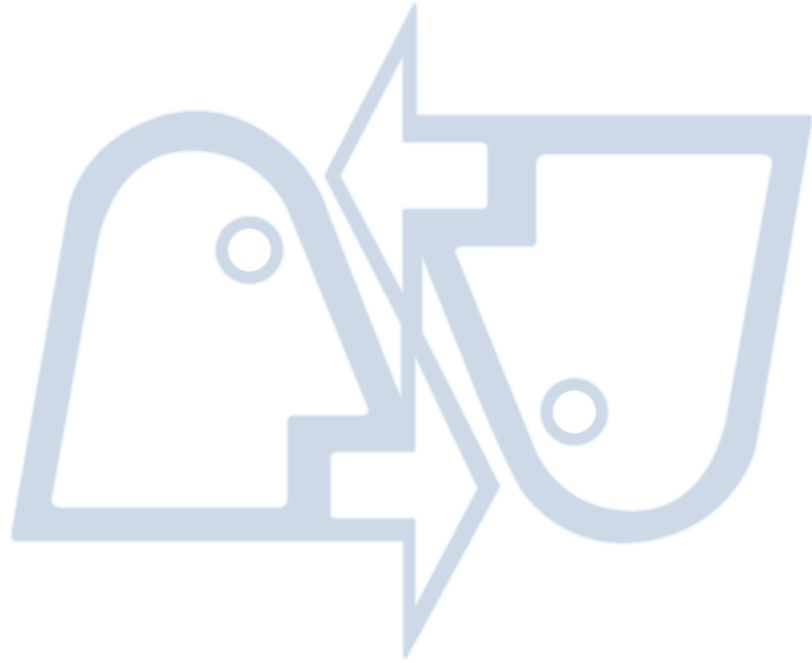
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. Above the shield is a crown with a cross. The shield is flanked by two columns. The outer ring of the seal contains the Latin text "CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER CETERA SORBIS CONSPICUA".

“Diagnóstico y estrategia de comunicación visual interna en prevención del COVID-19 para los estudiantes y trabajadores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” -ENAP-”.

Ana Lucía Torres Tavico
201322048

Guatemala, octubre 2020



Comunicación
creando futuro

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

“Diagnóstico y estrategia de comunicación visual interna en prevención del COVID-19 para los estudiantes y trabajadores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” -ENAP-”.

Presentado por:

Ana Lucía Torres Tavico

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesores:

Lic. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García

Guatemala, octubre 2020

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emmanuel Escobar Juárez

Representantes de Egresados

M.S.c Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretaría

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 Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Ana Lucía Torres Tavico
Carné No. 201322048
Presente.

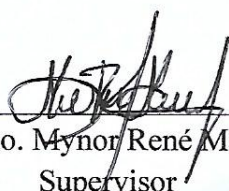
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:


Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación visual interna en prevención del COVID-19 para los estudiantes y trabajadores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” -ENAP-”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

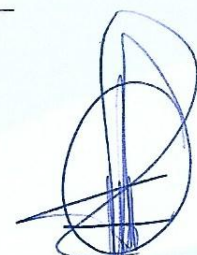
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Lcdo. Mynor René Martínez
Supervisor


M.A. Evelin Morazán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 6 de Julio del 2020
EPSL-C63-2020

Arquitecto:
Otto Arana
Escuela Nacional de Artes Plásticas
ENAP
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado Arana:

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 **Ana Lucía Torres Tavico**, carné no. **201322048** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución. Por disposiciones superiores de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,



“ID Y ENSEÑAR A TODOS”

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

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Francisco Ortiz
07-07-2020
11:04 AM

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





**GOBIERNO de
GUATEMALA**
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

MINISTERIO DE
CULTURA Y
DEPORTES

Of. 083-2020/ORAM.


Guatemala, 14 de julio de 2020.

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


Estimado Doctor Torres:

En atención a lo solicitado en Oficio No. EPSL-C63-2020, de fecha 6 de julio del presente año, de esa Coordinadora EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en donde se solicita que la estudiante Ana Lucía Torres Tavico, portadora del carné No. 201322048 de esa Escuela de Ciencias de la Comunicación, realice su Ejercicio de Práctica Supervisada en este establecimiento educativo, esta Dirección no tiene inconveniente alguno en que se efectúe dicho ejercicio, por lo que la estudiante Torres Tavico, cuenta con nuestra aprobación para que ejecute satisfactoriamente su proyecto EPS.

Sin otro particular, me suscrito de usted deferentemente.


Otto René Arana M
Director Administrativo
Escuela Nacional de Artes Plásticas
Rafael Rodríguez Padilla




ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
"RAFAEL RODRÍGUEZ PADILLA"
Patrimonio Cultural de la Nación

6a. avenida 22-00 zona 1 lado sur del Centro Cultural "Miguel Ángel Asturias"
Teléfonos: 2253-4872 artesplasticasenaprrp@gmail.com

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

Dedicatoria

A DIOS: Por el don de la vida, por sus bendiciones, por darme sabiduría y paciencia para comenzar y terminar este proyecto y por siempre estar conmigo en todo momento.

A MIS PADRES: Mercedes Tavico y Miguel Torres, por todo su apoyo, amor y esfuerzo que hicieron para darme lo necesario en la vida y en mi formación académica, gracias por todo.

A MIS HERMANOS: Oscar, Fernando, Michel y Paulina, por estar presentes en mi vida, por todas las cosas buenas y alegres que hemos vivido y compartido juntos, los quiero.

A MI FAMILIA: En especial a mis tíos Héctor, Berta y Mari; y a mis primos, Manuel, David, Rene, Luis y Brenda. Por brindándome su apoyo y cariño tan incondicional y por siempre estar en todo momento.

A MIS AMIGOS: Por haber hecho de mi etapa universitaria una de las experiencias más bonitas y por su acompañamiento en este trayecto.

A mis seres queridos que ya no están, pero siempre los tengo presentes y por que estoy segura estarían orgullosos de este proyecto; abuelita Micaela y tío Pedro, esto también es para ustedes.

Agradecimientos

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Por formar a buenos profesionales y por tantos años de enseñanza que me ayudaron a formar y llegar a ser una persona con conocimientos.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: Por darme la oportunidad de prepararme, por todo el conocimiento y las experiencias aprendidas en los salones de clase, y por los buenos amigos que he dejado .

A MIS CATEDRATICOS: por compartir sus conocimientos y por formar a excelentes comunicadores.

A DR. JOSÉ MARIA TORRES Y M.A. EVELIN MORAZAN: Por todo su apoyo incondicional en esta etapa y por lograr que fuese posible y memorable este EPS de licenciatura 2020.

A MIS ASESORES, LCDO. MYNOR MARTÍNEZ Y M.A. EDGAR MARTÍNEZ: Por su apoyo, paciencia y por su valioso tiempo invertido en este trabajo.

A ENAP: Por permitirme trabajar este proyecto en tan acreditada institución.

AI ARQ. OTTO RENÉ ARANA: Por darme la oportunidad de realizar mi EPS en la ENAP, y por todo su apoyo y confianza en este proyecto.

A LCDA. JUDITH TORRES: Por su amistad única e incondicional, por apoyarme y animarme en este trayecto, por confiar en mi y por siempre estar.

índice

i. Introducción	I
ii. Antecedentes.....	III
iii. Justificación.....	VI
Capítulo 1	1
Diagnóstico de Comunicación.....	1
1. La Institución	1
1.2 Perfil Institucional	1
1.3 Ubicación Geográfica	1
1.4 Integración y Alianza Estratégicas	1
1.5 Origen e Historia	2
1.6 Departamentos o dependencias	3
1.7 Organigrama.....	3
1.8 Misión	4
1.9 Visión	4
1.10 Objetivos institucionales	4
1.11 Público Objetivo	4
1.12 Diagnóstico	5
1.13 Objetivos del Diagnóstico.....	6
1.13.1 Objetivo General.....	6
1.13.2 Objetivos Específicos	6
1.14 Técnicas de recolección de datos	7
1.14.1 Observación	7
1.14.2 Documentación.....	8
1.14.3 Encuestas	9

1.14.4	Población y muestra.....	9
1.15	Interpretación de Resultados.....	12
1.16	FODA.....	19
1.17	Problemas Detectados	20
1.18	Planteamiento del problema comunicacional	21
1.19	Indicadores de éxito.....	21
1.20	Proyecto a desarrollar	21
Capítulo 2	22
2	Plan estratégico de comunicación de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”	22
2.1	Descripción técnica de la Estrategia del proyecto	22
2.2	Objetivos de la estrategia.....	23
2.2.1	Objetivo General.....	23
2.2.2	Objetivos Específicos	23
2.3	Misión	23
2.4	Visión	23
2.5	Elementos Comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.	24
2.5.1	Comunicación.....	24
2.5.2	Comunicación Interna.....	24
2.5.3	Comunicación Externa.	25
2.5.4	Comunicación visual.	26
2.5.5	Comunicación Interpersonal.....	27
2.5.6	Señalética.....	27
2.6	Alcances y límites de la Estrategia.	28
2.6.1	Alcances:	28
2.6.2	Limites:.....	28
2.7	Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional.....	28

2.8	Actividades para la Operatividad de la Estrategia.....	28
2.8.1	Propuesta 1: Guía Sanitaria	28
2.8.2	Propuesta 2: Afiches.....	30
2.8.3	Propuesta 3: Señalización.....	31
2.9	Cronograma	32
2.10	Financiamiento.....	33
2.11	Presupuesto	33
2.12	Beneficiarios	34
2.13	Recursos Humano.....	34
2.14	Áreas Geográficas de Acción	35
2.15	Cuadro Comparativo de la Estrategia.....	35
Capítulo 3	36
3.	Informe de ejecución	36
3.1	Guía sanitaria, estrategia #1	36
3.2	Afiches, estrategia #2.....	40
3.3	Señalética, estrategia #3	42
3.4	Actividades y calendarización	44
4	Conclusiones.....	47
5	Recomendaciones.....	48
Referencias Bibliográficas	49
E-grafías	50
ANEXOS.....	53
a.	Cuestionarios de la encuesta.....	54
b.	Fotografías.....	57
c.	Bocetos	64

d. Cotizaciones de los materiales	66
e. Videoconferencias.....	67

i. Introducción

En la actualidad el sector público y privado de toda índole, está sufriendo cambios que suceden a su alrededor por la pandemia COVID-19 que atravesamos, tanto empresas como establecimientos educativos se vieron en la obligación de adaptarse a normas que nunca se imaginaron contemplar, normas que hasta el día de hoy muchas organizaciones no han sabido manejar correctamente, por lo que se ha visto el cierre definitivo de algunas empresas.

Desde hace mucho tiempo, el buen manejo comunicacional a través de distintas estrategias y canales de comunicación han sido elementos importantes para el desarrollo y crecimiento de una organización, en estos tiempos de pandemia, la comunicación es la herramienta fundamental desde muchas perspectivas tanto para el ser humano, como para cualquier organización.

Esta problemática no solo afecta la economía empresarial, también afecta drásticamente a la educación. Dentro de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, se realizó un estudio comunicacional empezando por el diagnóstico, dando como resultado una estrategia comunicacional que ayude adaptarse a los nuevos cambios que generó la pandemia COVID-19.

Para iniciar con el presente trabajo, se cuenta con los objetivos de la investigación y la recopilación de datos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas Rafael Rodríguez Padilla como los antecedentes, misión, visión, organigrama y varios elementos que conformarán parte fundamental dentro de la investigación.

Dentro del contenido de este trabajo, se integra una propuesta comunicacional visual interna para la Escuela Nacional de Artes Pláticas Rafael Rodríguez Padilla (ENAP) con el fin de orientar la comunicación visual interpersonal entre los alumnos, catedráticos y los empleados. Para ello se plantea una propuesta comunicacional, que busca tener un contacto físico y seguro dentro de las instalaciones del establecimiento, cuidando y prevaleciendo la salud de los estudiantes, maestros y personal de la institución.

Por último, se encuentra la etapa de la ejecución donde se fundamenta la elaboración final de las estrategias planteadas y aprobadas en el plan estratégico, donde se logró llevar acabo la realización de diseños de materiales gráficos que serán utilizados para la prevención de contagios de COVID-19 en de las instalaciones de la -ENAP-.

ii. Antecedentes

A finales del 2019 en el mes de diciembre en Wuhan (China) surge el brote de una enfermedad por Coronavirus COVID-19, misma que en pocos días se extendió rápidamente, no solo en China Continental, sino también en diferentes países.

Los coronavirus (CoV) son una gran familia de virus que causan enfermedades que van desde el resfriado común hasta enfermedades más graves. La epidemia de COVID-19 fue declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) una emergencia de salud pública de preocupación internacional el 30 de enero de 2020. (OPS, 2020)

El Director General de -OMS-, el doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunció el 11 de marzo de 2020 que la nueva enfermedad por el coronavirus 2019 (COVID-19) era considerada por ese organismo como una pandemia.

El 13 de marzo del 2020, a pocos días de haberse caracterizado al coronavirus como pandemia, el presidente Alejandro Giammattei, anunció el primer caso de covid-19 en el país.

“Es oficial la entrada del coronavirus en Guatemala. Tenemos el primer caso”, anunció Giammattei.

“Como consecuencia del pronunciamiento de la Organización Mundial de la Salud sobre la epidemia de coronavirus COVID-19, como emergencia de salud pública de importancia internacional y del Plan de Prevención, Contención y Respuesta a casos de coronavirus en Guatemala”. (Elperiodico, 2020)

El presidente Alejandro Giammattei emitió los decretos gubernativos 5-2020, 6-2020 y 7-2020 declarando el Estado de Calamidad Pública en el territorio nacional, debido a la aparición de los primeros contagios de COVID-19 en el país.

Dentro de las restricciones establecidas durante la vigencia del Estado de Calamidad se pueden mencionar; la restricción laboral en el sector público y privado, cierre de centros

comerciales, prohibición de funcionamiento del transporte público urbano y extraurbano, suspensión de clases escolares y toque de queda.

Hasta la fecha, los efectos consecuencias y propagación del coronavirus persisten y van en aumento por lo que, “Las medidas de restricción continuarán, aunque pueden variar según las condiciones de la propagación del COVID-19, esto será confirmado cada domingo en cadena nacional por el presidente de la república Alejandro Giammattei.” (García, 2020)

Como consecuencia de lo que hoy vivimos, los ámbitos que se han visto afectados directamente en carácter general son la economía y la educación. La Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” ENAP no ha sido la excepción, a lo largo de su gran trayectoria, la ENAP nace después de una pandemia en el año 1920 y actualmente en mayo de 2020, cumple su centenario de aniversario, coincidentemente durante la pandemia del COVID-19.

Por tanto, el motivo de estudio de este proyecto, versa en el aprovechamiento de utilizar la crisis sanitaria, para crear estrategias que velen por el cumplimiento de las medidas de seguridad sanitarias, para frenar la propagación del COVID-19 en las instalaciones de la ENAP, con el fin de proteger y velar por la seguridad de los alumnos y colaboradores de esta institución.

Así pues, a lo largo de su trayectoria en esta casa de estudios, se han realizado varios proyectos de tesis y Ejercicio Profesional Supervisado anteriormente. A continuación, se enumeran algunos de los trabajos realizados, apoyados de estrategias comunicacionales:

La tesis bajo el nombre de “Desarrollo de estrategia de comunicación visual institucional para la difusión de información de la Escuela Nacional de Artes Plásticas” realizado por Verónica Paola Morales Gómez en el año 2017, tiene como objetivo: Contribuir con la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, a través del desarrollo de material visual, en el fortalecimiento de la comunicación institucional para posicionarse como la mejor escuela de artes plásticas en Guatemala.

Sus principales conclusiones fueron: Crear una estrategia de comunicación efectiva, la que permitió darle una nueva personalidad a la ENAP y mostrarla como una institución abierta al cambio. Se mejoró la comunicación y los canales ya existentes, dándoles una oportunidad para que cumplan con su función.

En el año 2,010 se realizó un proyecto bajo el nombre “Guía Informativa de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” y Galería de Arte Enrique Acuña Guatemala” a cargo de la estudiante Clara Luz de Toledo Hernández, estudiante de la Facultad de Humanidades, quien abordó el problema de comunicación, que ha persistido durante muchos años en la Escuela de Arte.

Se trata de la escasa difusión de información para dar a conocer su labor educativa. La solución que la estudiante Clara Hernández propuso, fue realizar una guía informativa y trifolios que abarcaran información teórica, así como fotografías de la Galería de Arte Enrique Acuña, dicha información se colocaría dentro de un espacio interactivo (página web) del Ministerio de Cultura y Deportes.

La autora Ligia Edelweiss Recinos Urrutia en su tesis Material Visual para Promoción y Valoración de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” realiza un estudio a través de método cualitativo por medio de la técnica de Grupo focal conocida también como sesiones de grupo, obteniendo datos y opiniones relevantes a través de la interacción con el grupo estudiado.

Sus principales conclusiones fueron: Se elaboró una Revista Electrónica llamativa y adecuada para el estudiante de la ENAP está da a conocer la historia y trascendencia de la institución; promueve la lectura, información y concientiza al alumno sobre el respeto y la valoración de la Escuela como una institución invaluable en el arte guatemalteco. Se cumplió con el objetivo de realizar una revista que tuviese ilustraciones, fotografías y elementos gráficos. Se establece un vínculo entre el diseño gráfico y el medio artístico para lograr un producto creativo y adecuado para el grupo objetivo.

iii. Justificación

A principios del mes de marzo del año 2020, cuando se hizo alarmante la entrada del COVID-19 al país, la Presidencia de la República empezó a tomar medidas necesarias de seguridad, para afrontar esta amenaza, algunas de estas medidas fue el distanciamiento físico, la restricción laboral en el sector público y privado, así como la suspensión de clases.

Ante la pandemia de COVI-19, en Guatemala y en otros países del mundo, hasta el momento, estas medidas aun se utilizan para prevenir contagios y cuidar la salud de la población, estas medidas como consecuencia no solo han afectado ha la economía del país, sino también ha la educación como tal, perjudicando su desarrollo académico, en virtud de que la educación dejó de ser presencial.

Por lo tanto, derivado a lo que estamos viviendo es importante tener en cuenta ciertas medidas y estrategias al momento de la reanudación del ciclo escolar, ya que hasta no tener un medicamento certificado para combatir al COVID-19, se seguirá viviendo con la medida del distanciamiento físico para evitar la propagación del virus.

Por lo que, para la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, es fundamental contar con medidas de seguridad sanitaria, para fortalecer la comunicación interpersonal dentro de sus instalaciones, al momento de la reactivación escolar.

Ante esto, se plantea una estrategia de comunicación visual interna con estrategias para la seguridad sanitaria y el cuidado de los alumnos y personal trabajador de la ENAP, ante el COVID-19, con el objetivo de generar conocimiento que ayude a cuidar la salud de los estudiantes, catedráticos y personal administrativo y operativo de dicho establecimiento y a su vez aportar confianza al momento de permanecer en sus instalaciones.

Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1. La Institución

Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” -ENAP-.

1.2 Perfil Institucional

La Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” fundada en 1920, es una institución de carácter público, dependiente del Ministerio de Cultura y Deportes, actualmente se encuentra ubicada dentro del Centro Cultural “Miguel Ángel Asturias” es una entidad educativa y se especializa en formar artistas de la plástica, cuenta con un Bachillerato en Artes Plásticas y Perito en Arte con especialización, y cursos libres. Este año 2020, la ENAP se viste de gala, al cumplir un centenario en la formación del artista, cuyo talento ha resultado de renombre en Guatemala.

1.3 Ubicación Geográfica

6a. Avenida 22-00 Zona 1, dentro interior Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Ciudad de Guatemala.

1.4 Integración y Alianza Estratégicas

La Escuela Nacional de Artes Plásticas Rafael Rodríguez Padilla, es una institución gubernamental que depende del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala.

1.5 Origen e Historia

La Escuela Nacional de Arte Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, también conocida por sus siglas como ENAP, es una institución académica estatal actualmente adscrita al Ministerio de Cultura y Deportes.

Fue fundada por el artista guatemalteco “Rafael Rodríguez Padilla”, el 10 de mayo de 1920, por iniciativa de la sociedad de Amigos del País. Inicialmente fue denominada 'Escuela de Bellas Artes'. A partir de 1948 fue nombrada 'Escuela Nacional de Artes Plásticas'. En 1990, por Acuerdo ministerial se le agrega, el nombre de su fundador.

Desde su fundación, en 1920, se ha dedicado a la formación artística y a la difusión cultural de Guatemala, así pues, ha sido el Alma Mater del Arte en Guatemala, en donde se han formado y egresado numerosas generaciones de artistas de la plástica guatemalteca, y que, muchos de ellos representan la columna vertebral de las tendencias, grupos y movimientos del arte guatemalteco académico.

Su primera sede estuvo ubicada en una sala de la Asamblea Nacional, que hoy es el edificio del Congreso Nacional de la República, 9 avenida 9-44 zona 1, lugar que ocupó durante 40 años, de 1935 a 1975.

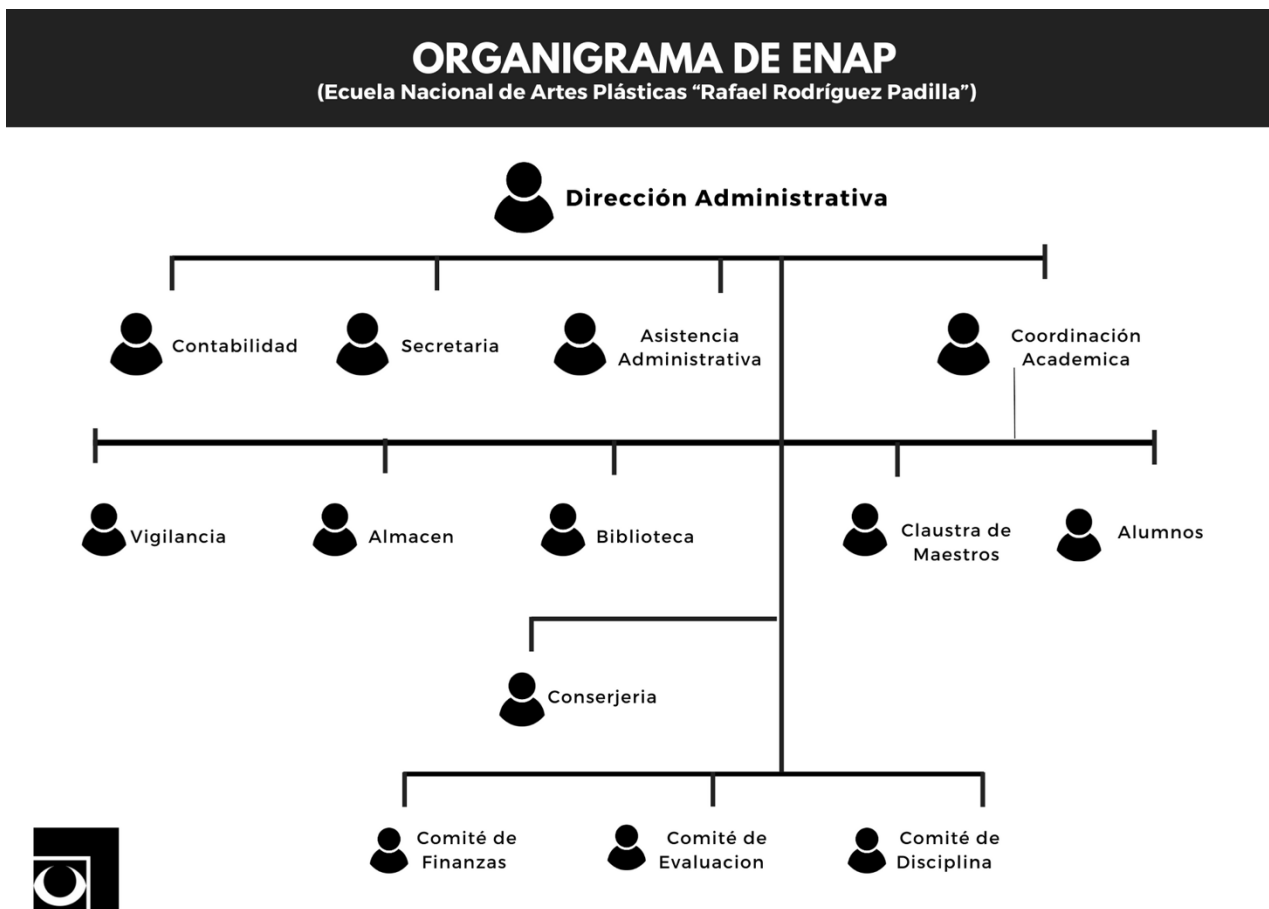
Se sabe que esta institución fue el centro de mayor actividad y desarrollo artístico en la primera mitad del siglo XX. Sin embargo, para 1954 estuvo cerrada por 6 meses debido a la renuncia de varios maestros. Este hecho quedó grabado en el acta No. 138 del primer libro de actas de la escuela del 30 de julio de 1954.

En el 2008, la ENAP fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación por ser la principal formadora de artistas plásticos a nivel nacional. Este año 2020, la ENAP cumple un centenario en formar y cultivar el talento de los artistas guatemaltecos.

1.6 Departamentos o dependencias

La Escuela Nacional de Artes Pláticas “Rafael Rodríguez Padilla” (ENAP) es dependencia de la Dirección General de las Artes, del Ministerio de Cultura y Deportes.

1.7 Organigrama



Fuente: Arq. Otto René Arana, director administrativo de la ENAP.

1.8 Misión

Formar artistas de la plástica en las más importantes disciplinas que se manejan en el medio a nivel mundial. Proveer al país de representantes de la plástica nacional en diferentes manifestaciones artísticas para que su obra se proyecte dentro de la comunidad, la sociedad guatemalteca y la humanidad.

1.9 Visión

Ser en Guatemala la institución de educación y formación artística académica de mayor prestigio, por su calidad académica, la excelencia de sus graduados, la excelencia de su equipo técnico y su contribución a elevar el nivel de creación artística nacional.

1.10 Objetivos institucionales

- Formar artistas profesionales de la plástica, a través de una educación sistemática, planificada y orientada a desarrollar una madurez intelectual y artística, que les permita planear, elaborar y evaluar mensajes gráficos y visuales, utilizando aspectos científicos, culturales, estético artístico y tecnológicos, con conocimientos, habilidades y destrezas que los faculte para desarrollar su talento desempeñándose con responsabilidad y capacidad en los diferentes sectores productivos tanto del sector público como el privado.
- Especializar al artista en un área específica de su vocación, otorgándole un diploma que lo acredite como tal y le permita insertarse en el mercado laboral.

1.11 Público Objetivo

La ENAP tiene como población meta a jóvenes de ambos sexos, con interés genuinos por el arte. Presta sus servicios a toda la población de la Ciudad Capital, indistintamente de su condición económica y social.

1.12 Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación “Es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre ellas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución”. (Prieto, 1999)

Mientras que para Rivera (2007) esta acción “Es un procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa. Analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización”.

Así mismo Prieto (1998) sostiene que el diagnóstico “no lo soluciona todo, al menos permite saber sobre qué se está actuando y prever que pasará si uno toma tal o cual decisión” (p. 31)

En síntesis, el diagnóstico es un análisis estratégico que permite determinar o conocer una situación actual de los procesos comunicativos, a través de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, para analizarlos e interpretarlos con el fin de evaluar y juzgar cierta condición, para generar cambio en ella y alcanzar una comunicación efectiva.

Según en la línea a seguir en una investigación es de vital importancia comprender a qué se refiere la metodología, para ello el autor Bernal (2006) nos expresa: “se refiere al conjunto de procedimientos que, valiéndose de los instrumentos o las técnicas necesarias, examina y soluciona un problema o conjunto de problemas de investigación (...) cuando se alude a la investigación es usual referirse a la metodología como a ese conjunto de aspectos operativos que se tienen en cuenta para realizar un estudio” (p. 55).

El enfoque metodológico que se utilizó para el presente diagnóstico es el mixto, debido a que se utilizaron técnicas como la observación, la documentación y encuestas, las cuales integran de forma sistemática los métodos cualitativos y cuantitativos, a través de una secuencia lógica para analizar, identificar y determinar con más fiabilidad los problemas comunicacionales.

Según Piloña (2016) “el método cuantitativo ordena la secuencia de las etapas del proceso y permite la cuantificación y análisis de datos obtenidos a través de técnicas de recolección orientadas al análisis estadístico.” (p. 30).

Para Hernández et al. (2006). El método cualitativo “va de lo general a lo particular y se fundamenta en explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas. Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación durante el proceso de construcción e interpretación de la información.

Como bien nos menciona Flick (2012) “los diferentes métodos son autónomos, operando uno al lado del otro, siendo su punto de encuentro el problema de estudio” (p. 280).

Por lo tanto, el método cuantitativo consistió en una encuesta de preguntas cerradas, dirigida a los alumnos, catedráticos, y personal administrativo de la ENAP. Y el cualitativo se utilizó para realizar el análisis de resultados y evaluar notas periodísticas, que permitieron comprender el contexto de COVID-19.

1.13 Objetivos del Diagnóstico

1.13.1 Objetivo General

Investigar la comunicación en la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” (ENAP) ante la situación del COVID-19.

1.13.2 Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades de comunicación visual interna que se encuentran presentes actualmente en la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”.
- Analizar la información del COVID-19, al momento de reanudar las clases en las instalaciones del establecimiento.

1.14 Técnicas de recolección de datos

Campos y Lule (2012) definen como “métodos y técnicas de recolección de información que de una u otra forma permiten reconocer aspectos propios de la realidad, así como las formas cuantitativas y cualitativas. Dichos aspectos permiten analizar, describir, inferir, interpretar, aprobar o rechazar la formulación de teorías sobre los procesos; así como diagnósticos de realidades y modelos de intervención, todos ellos fundamentados en datos obtenidos de la observación”. (p. 51).

De acuerdo con una guía elaborada por Mérida (2015), “en el marco de la metodología para llevar a cabo una investigación, las técnicas más utilizadas en las ciencias sociales son: la recopilación bibliográfica y documental, la encuesta, la entrevista, la observación, el análisis de contenido y otras.” (pág. 312)

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008) “las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.” (p. 10).

El uso adecuado de instrumentos y técnicas, hará que la investigación sea más fácil de solucionar un problema, dentro de un proceso investigativo. Para la elaboración de este informe, se hace uso de herramientas adecuadas y actualizadas para la recopilación de datos, entre ellas: observación, documentación y encuestas digitales.

1.14.1 Observación

La observación es la herramienta que nos permite obtener información a través del sentido de la vista, por medio de la cual se adquiere toda información necesaria que percibimos de manera gestual, escrita y corporal.

Según William J. Goode (1982) “La ciencia comienza con la observación y finalmente tiene que volver a ella para encontrar su convalidación final. Por lo tanto, el investigador ha de adiestrarse en observar cuidadosamente. Si llega a ser un gran observador, comenzará sus

investigaciones teniendo mayor número de datos a su disposición y será menos probable que olvide que su objetivo es estudiar el comportamiento social y podrá mantener más fácilmente una comprobación continua de sus conclusiones”. (p. 148).

Se hizo uso de la observación no participativa, al evaluar notas periodísticas en distintos medios de comunicación, acerca de la realidad que sufre todo el mundo ante la pandemia y cómo ésta afecta a todo el sector educativo por el cierre de los establecimientos. (ver en anexos)

Según Huamán (2005) la observación no participativa “es aquella en la cual se recoge la información desde fuera, sin intervenir para nada con el grupo social, hecho o fenómeno investigado. Obviamente, la gran mayoría de las observaciones son con participantes”. (pág. 16) manual de técnicas de investigación Héctor Guillermo Huamán Valencia, segunda edición 2005 Lima Perú IPLADEES S.A.C

A través de la observación, se logro conocer y estudiar el entorno comunicacional que actualmente sufre la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” ante la pandemia de COVID-19.

1.14.2 Documentación

Para esta técnica el autor Piloña (2016) nos expresa: “consiste en obtener toda la información escrita que es posible sobre el fenómeno en estudio o investigación” (p.61). En este proceso, se recopiló información de material corporativo de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” por medio de su red social de *Facebook* y páginas *web*.

Página *web* como; <https://aprende.guatemala.com/historia/escuela-nacional-de-artes-plasticas-rafael-rodriguez-padilla-enap-guatemala/> y www.mcd.gob.gt, en donde se localiza información general de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”.

Redes sociales: a través de un sondeo en la página social de *Facebook* de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, se recopiló información general e institucional como: antecedentes, la misión, visión, objetivos y todo el recurso visual que se tiene para su grupo objetivo.

1.14.3 Encuestas

De acuerdo a Piloña (2016) “es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población. A la que se denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas a través de un cuestionario previamente preparado” (p.85).

Piñola agrega (2017) que el cuestionario “Es un sistema ordenado de preguntas previamente planificadas para la recolección de información, instrumento de la investigación de campo que consiste en un formato de preguntas, estructurado y codificado para facilitar su tabulación síntesis y análisis de los resultados.” (pág. 78)

En base a esta técnica se diseñó un cuestionario con apoyo de la herramienta electrónica de *Google Forms*, misma que se adecúa perfectamente a la situación actual que vivimos y al estudio realizado, con el objetivo de dar respuesta al proceso actual interno de comunicación, ante la situación de COVID-19. La encuesta contiene 7 preguntas cerradas, las cuales fueron enviadas vía *online*, a los catedráticos, personal trabajador y parte de los alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” (ENAP).

1.14.4 Población y muestra

Población:

Según Hernández et al. (2014), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Para Arias (2012) define como "...población un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación..." (p.81).

Según los autores, la población o bien el universo como también es conocido, es un conjunto de sujetos o elementos, que poseen características en común, con el fin de estudiarlos y dar origen a los datos de la investigación. Así mismo el universo o población según su tamaño puede ser de dos tipos:

- Población finita: es aquella que está compuesta por un número limitado de elementos, los cuales permite que ésta sea medible.
- Población infinita: el número de elementos que integra la población, es tan grande que pudiesen considerarse infinitos.

Expuesto lo anterior, el tamaño del universo en estudio es finito, el cual esta integrado por los alumnos, catedráticos y trabajadores de la ENAP, con el total de 138 personas.

Muestra:

Tamayo y Tamayo (2006), define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p.176).

En el caso de Palella y Martins (2008), definen la muestra como: "...una parte o el subconjunto de la población dentro de la cual deben poseer características reproducen de la manera más exacta posible" (p.93).

Por lo tanto, para estudiar y analizar el problema comunicacional que existe actualmente en las instalaciones de la ENAP ante el COVID-19, se realizó una encuesta con una población de 138 personas, que integran y forman parte de la ENAP entre ellos: alumnos, catedráticos

y personal trabajador, dónde los valores contenidos en ella y el tamaño de la muestra se obtienen a través de la siguiente fórmula:

n: Tamaño de muestra que queremos calcular

N: Tamaño de la población = 138

Z: Coeficiente de confianza = 1.96

p: Probabilidad de éxito = 0.5

q: Probabilidad de fracaso = 0.5

e: Error máximo admisible = 0.05

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 138 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (138 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 * 138 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 137 + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{132.48}{0.3425 + 0.96}$$

$$n = \frac{132.48}{1.3025}$$

$$n = \mathbf{101.71}$$

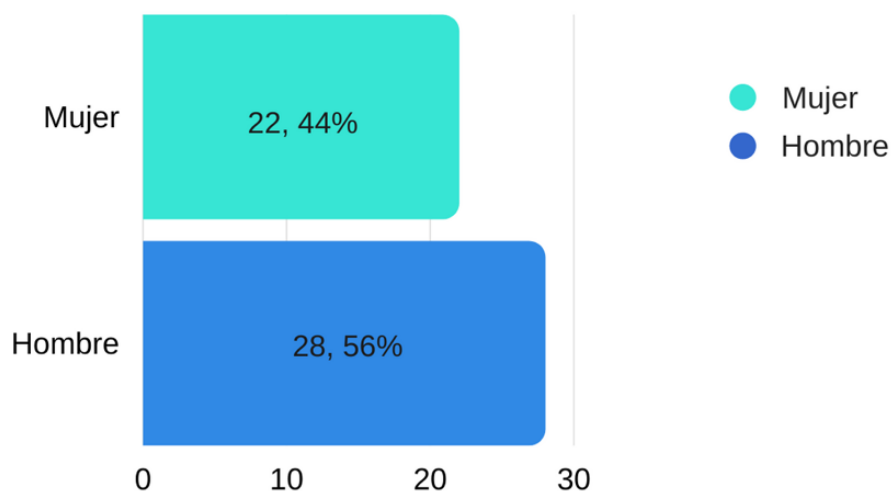
1.15 Interpretación de Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta, que tiene como universo a un total de 138 personas, de las cuales fueron tomadas como muestra a 50, entre ellas catedráticos, alumnos y trabajadores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, con la finalidad de recabar información verídica.

Gráfica 1

Seleccione su Género

50 Respuestas



Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

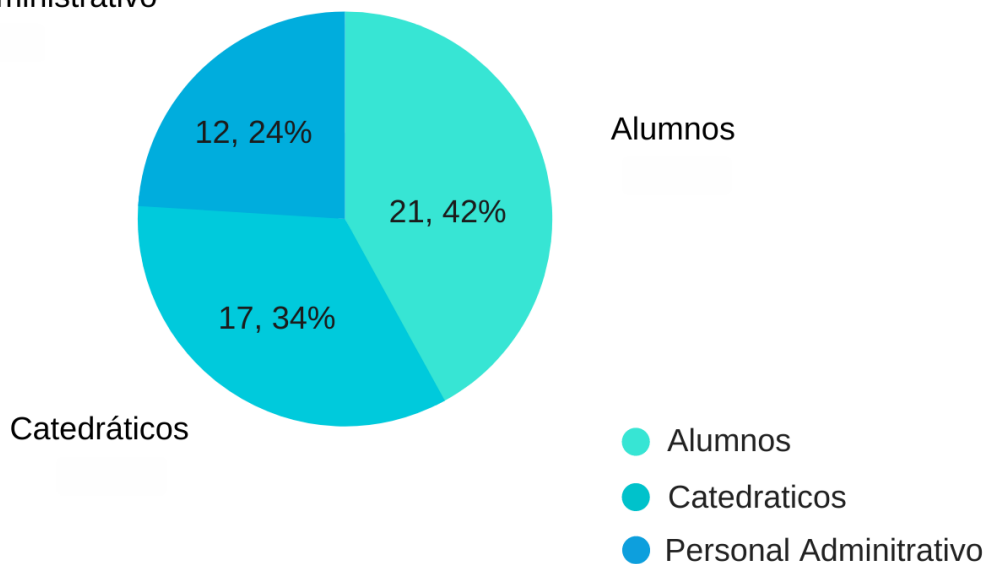
El tamaño de la muestra fue de 50 encuestados, de los cuales 28 fueron hombres y 22 fueron mujeres. Las gráficas demuestran que el género mayoritario es el masculino y el 44% corresponde al género femenino.

Gráfica 2

Colaboración dentro de la institución:

50 Respuestas

Personal Administrativo



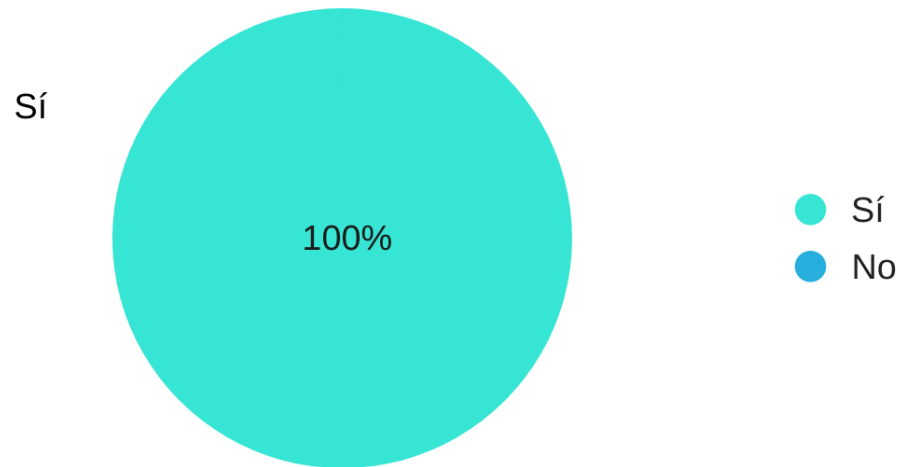
Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

El 42% de los encuestados corresponde a 21 alumnos, un 34% refleja la participación de 17 catedráticos, dejando un 24% con 12 encuestados, al personal administrativo y operativo. Estos datos son importantes para obtener información directa de quienes hacen uso de los servicios y de las instalaciones de ENAP.

Gráfica 3

¿Está informado de la situación actual COVID-19 en Guatemala?

50 Respuestas



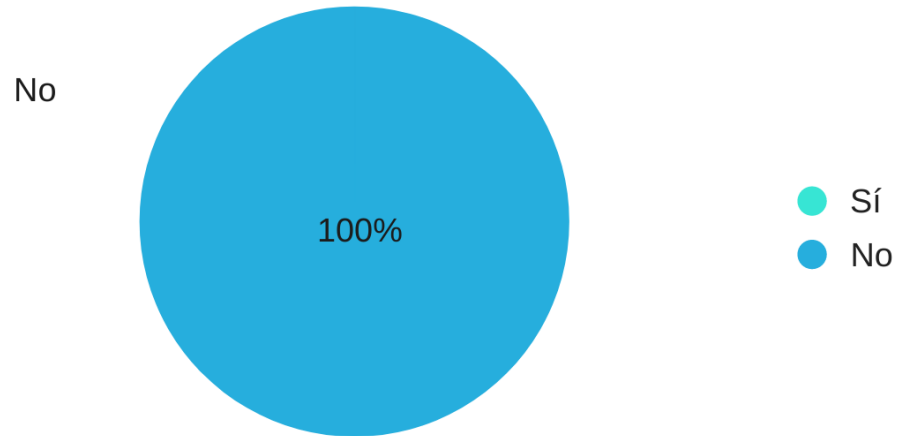
Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

Es evidente, cómo nos refleja la gráfica que la totalidad de los encuestados, si se encuentra informado acerca del COVID-19 en Guatemala.

Gráfica 4

¿Actualmente la ENAP cuenta con algún protocolo dentro de las instalaciones, ante el COVID-19?

50 Respuestas



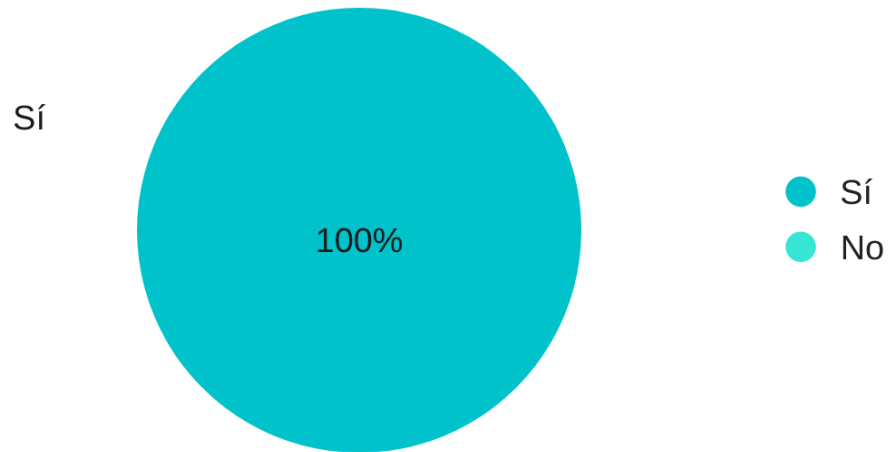
Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

En esta gráfica se confirma que actualmente ENAP no cuenta con algún protocolo dentro de la instalación de COVID19. Este dato nos sirve para identificar las posibles estrategias de comunicación aplicables para resolver dicho problema.

Gráfica 5

¿Considera que ENAP debe contar con información del COVID-19?

50 Respuestas



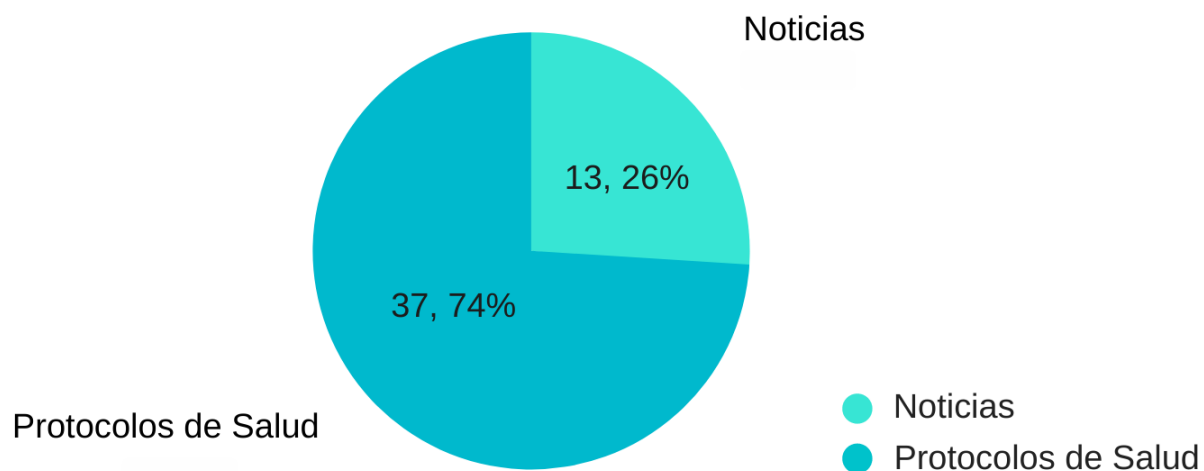
Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

El 100% de los encuestados son conscientes de la necesidad de estar informados ante la situación de salud que afecta nuestro país. Para todo centro educativo contar con un protocolo sanitario es fundamental y necesario al momento de reanudar las clases, así se puede cumplir con la responsabilidad social ante el COVID-19.

Gráfica 6

¿Qué tipo de información le gustaría recibir del COVID-19?

50 Respuestas



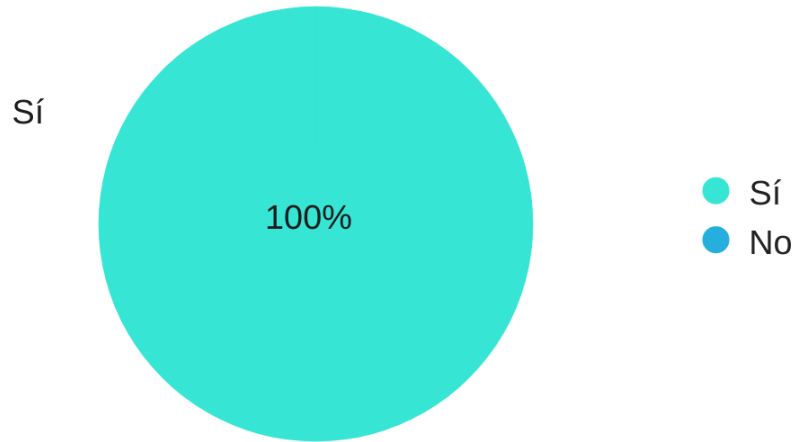
Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

13 de los encuestados equivalentes al 26%, quisieran tener información noticiosa, mientras un 74% que corresponde a 37 encuestados, les interesa conocer protocolos de salud, esto es importante para fortalecer la responsabilidad y la seguridad sanitaria que el establecimiento ofrece a los alumnos, catedráticos y personal administrativo y operativo.

Gráfica 7

¿Considera que ENAP debe ofrecer material gráfico con protocolos de salud ante el COVID-19?

50 Respuestas



Fuente: Ana Lucía Torres Tavico, mayo 2020.

En esta gráfica obtenemos claramente la necesidad de trabajar una estrategia de comunicación visual dentro de las instalaciones de ENAP, para informar a los alumnos, catedráticos, personal administrativo y operativo de protocolos de salud ante COVID-19.

1.16 FODA

Las siglas FODA son un acrónimo de las palabras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es una herramienta estratégica diseñada para elaborar análisis internos y externos en una empresa.

Según García y Cano (1999), “la técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo (...) Las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre los cuales la organización no tiene control alguno” (pág. 89)

A continuación, se detalla el FODA de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” (ENAP).

Fortalezas:

- Institución con trayectoria de 100 años.
- Calidad educacional en las artes.
- Personal docente capacitado en las artes.
- Docentes abiertos a las innovaciones pedagógicas.
- Se ofrece títulos de educación media al finalizar el ciclo académico y ganarlo.

Oportunidades:

- Respaldo por el Ministerio de Cultura y Deporte
- Aprendizaje en línea
- Metodologías y talleres para cada área de especialización
- Costos de bajos para el alumno (materiales y matrícula)

Debilidades:

- Espacios limitados.
- Reducción de presupuestaria de su dependencia.
- No cuenta con un protocolo ante COVID-19.
- Falta de acceso y manejo de internet y plataformas digitales por los alumnos.

Amenazas:

- Coyuntura actual COVID-19.
- Baja participación de alumnos, ante la culminación del ciclo escolar 2020 en tiempos de COVID -19.
- Desmotivación de los estudiantes por cerrar el ciclo escolar actual.
- Deserción de alumnos al reanudar actividades escolares.

1.17 Problemas Detectados

De acuerdo al diagnóstico realizado se pudo detectar los siguientes problemas:

- La institución se encuentra cerrada por prevención de la pandemia, por lo que aún no cuenta con un protocolo de prevención ante el COVID-19 dentro de las instalaciones.
- Carece de una estructura comunicacional visual interna, ante la prevención del COVID-19.
- ENAP no cuenta con un protocolo de prevención sanitaria al retornar actividades administrativas y educativas.

1.18 Planteamiento del problema comunicacional

1.19 Indicadores de éxito

- Se cuenta con el apoyo de la institución para la ejecución estratégica.
- Todo material visual trabajado por la estudiante será utilizado en plataformas digitales.
- Se podrá contribuir con una cierta cantidad de material impreso para el uso interno de la institución.

1.20 Proyecto a desarrollar

“Diagnóstico y estrategia de comunicación visual interna en prevención del COVID-19 para estudiantes y trabajadores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla ” -ENAP-”.

Capítulo 2

2 Plan estratégico de comunicación de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”

2.1 Descripción técnica de la Estrategia del proyecto

La estrategia de comunicación que se describe a continuación se contextualiza en la realidad actual, que enmarca un plan de comunicación visual interna, que pretende fortalecer la información que la institución comparte ante la pandemia COVID-19 con los alumnos, personal y catedráticos de la ENAP, tomando medidas adecuadas para prevenir el contagio de COVID-19, a través de distintos materiales gráficos.

El proceso técnico del proyecto se detalla a continuación:

1. Informar al personal administrativo las estrategias de comunicación visual interna que se elaborarán durante el proyecto.
2. Trabajar en los diseños de los distintos materiales visuales a utilizar.
3. Presentar propuestas de diseños a la administración de la institución.
4. Los formatos finales serán impresos y en digital.
5. La institución no cuenta con un presupuesto para realizar un tiraje grande del material gráfico presentado, por lo que la estudiante brindará ejemplares del material diseñado. La institución argumenta que al normalizarse la situación ellos se encargarán de hacer los tirajes correspondientes para distribuirlos.
6. Las estrategias de comunicación presentadas serán implementadas y ejecutadas por la ENAP, luego de regresar al ciclo escolar 2021, puesto que, el presente ciclo se completará virtualmente y fuera de las instalaciones.

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo General

Mejorar la comunicación visual interna, para la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, orientada a superar la etapa de pandemia del COVID-19, con el fin de proporcionar a la comunidad estudiantil y empleados de la ENAP, información necesaria que permita conocer y adaptarse ante dicha situación.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer la comunicación interpersonal ante la situación del COVID-19 entre los alumnos, catedráticos y personal trabajador de la ENAP, al momento de retornar las actividades presenciales en las instalaciones.
- Crear material gráfico que informe a la comunidad estudiantil y personal trabajador de la ENAP, a tomar medidas básicas de protección ante el COVID -19.

2.3 Misión

Realizar un plan de comunicación estratégico para que los alumnos, catedráticos y trabajadores de la ENAP se informen de las medidas necesaria ante el COVID-19.

2.4 Visión

Que toda la comunidad educativa esté informada del contexto del COVID-19 y así fortalecer la comunicación visual para garantizar el uso responsable de las medidas sociales que ayuden a evitar el contagio.

2.5 Elementos Comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.

2.5.1 Comunicación.

La comunicación es el proceso por el cual dos o más personas intercambian ideas y pensamientos con el fin de transmitir o recibir un mensaje.

Fonseca (2011) afirma que “comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes” (p.2).

Según Trelles (2001), “la comunicación es el medio que permite orientar las conductas individuales y formar relaciones interpersonales funcionales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar un objetivo. Se busca tener una comunicación asertiva para que los individuos puedan entender el mensaje que se está dando y se pueda lograr la meta establecida.”

De modo que, la comunicación es la base fundamental del ser humano, que permite relacionarse socialmente con los demás.

2.5.2 Comunicación Interna.

Según Pizzolante (2004) la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global.

Para Fernández (1999) “la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.” (Pág. 22).

Es importante señalar que para Jesús García en su libro *Comunicación Interna* (1998) “La gestión de la comunicación interna se enfoca en todas las acciones y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permita mejor desarrollo en la organización.”

Por último, García, (1998) nos expresa: “Es importante la utilización de los distintos elementos para la Comunicación Interna de la organización, pueden ser orales, escritos, digitales etc.”

Complementando la idea de García, Pizzolante (2004) nos dice: “para usar las herramientas de comunicación interna, se debe determinar los medios, canales y modalidad. Cuando la palabra es impresa, contamos con folletos (inducción, instrucción, capacitación, guías, etc.), manuales (seguridad, higiene, salud etc.), Circulares, carteleras de noticias, pendones, prospectos (inversiones, acciones, etc.)”

Así pues, la comunicación interna, ayuda a mejorar las relaciones comunicacionales entre los miembros de una organización, por ende, es importante hacer uso adecuado de los elementos comunicacionales que contemplan esta comunicación, para lograr una comunicación efectiva y eficiente dentro de la organización.

2.5.3 Comunicación Externa.

Andrade (2005), define la comunicación externa como: “el conjunto de mensajes enviados por la organización a sus públicos externos, con el fin de encaminarlos a mejorar y mantener una buena relación.” (Pág. 36).

Brandolini y González (2009) expresan que, “el público externo son todas las personas que no se encuentran dentro de la organización; como clientes, proveedores, la competencia, medios de comunicación y público en general.”

Por tanto, la comunicación externa hoy en día, gracias a las distintas herramientas y medios digitales, tiene la capacidad de trasladar información de distintas maneras, llegando masivamente a públicos externos.

2.5.4 Comunicación visual.

La comunicación visual también conocida como diseño gráfico es definida como aquella disciplina y profesión que tiene como objetivo planear, idear y proyectar mensajes mediante la imagen (Bembibre, 2008)

Mark (2016) asegura que “el verdadero valor de la comunicación visual es su capacidad de ayudar al individuo a presentar su historia sin limitarse, simplemente a narrarla”

Para Manuri (1976) “¿Se puede definir lo que se entiende por comunicación visual? Prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama, como tal excluyendo su contenido, una bandera.” (pág. 79)

Según Manuri (1976) “la comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.” (pág. 82)

“Toda imagen colocada en el espacio público comunica indefinidamente un espectro impredecible de mensajes. Además de transmitir el mensaje específico que ha generado, contribuye a la construcción de la cultura” (Frascara, 1999, p.13).

Por consiguiente, podemos decir que la comunicación visual es aquella que transforma la información monótona y tradicional a atractiva, estética y persuasiva, logrando atraer la atención de los individuos, con el propósito de ayudar a satisfacer o modificar el comportamiento humano.

2.5.5 Comunicación Interpersonal

Según Sánchez (2000) la comunicación interpersonal es de carácter conversacional en donde su elemento principal es la información verbal y no verbal que se intercambia entre dos o más personas.

Davis (1983) puntualiza en que es una actividad que se desarrolla entre dos o más personas presentes físicamente en un mismo contexto en la que se pueden usar los cinco sentidos, generando una retroalimentación inmediata.

En su análisis sobre la comunicación interna, Interiano (1999) expone que el crecimiento depende de la disponibilidad de los canales, la cantidad de realimentación y el nivel de ruido.

La comunicación interpersonal en pocas palabras es la que se da cara a cara, es aquella que crea conexiones y relaciones humanas directas con mayor intensidad, por tanto, esta comunicación es elemental dentro de una organización, para que exista un flujo adecuado de información dentro de ella.

2.5.6 Señalética

“La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos”. (Joan Costa)

De acuerdo con Costa, podemos decir que la señalética es una técnica comunicacional que llama la atención de una manera discreta a través del uso de señales, iconos y símbolos lingüísticos que brinda una forma de guía para el individuo en un determinado espacio físico.

La señalética no solo proporciona un vínculo entre el individuo y el entorno que pretende ubicar o recorrer, sino también le brinda información utilitaria. Por tanto, la señalética responde a la necesidad de informar y de orientar a un individuo en un determinado lugar.

2.6 Alcances y límites de la Estrategia.

2.6.1 Alcances:

La estrategia comunicacional planteada para la institución es viable, ya que ante la situación de pandemia actual que atraviesa el país, permite que los recursos elaborados sean efectivos y que cumplan con los objetivos establecidos.

2.6.2 Límites:

Como limitación, se ha establecido que la ENAP no cuenta con presupuesto para realizar un tiraje grande del material gráfico presentado, por lo tanto, la estudiante aportara como aporte de su ejercicio ejemplares del material diseñado. La ENAP ha indicado que al normalizarse la situación ellos se encargarán de realizar los tirajes correspondientes para distribuirlos.

2.7 Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicacional

Como todo proceso comunicacional, se inició con la etapa de la observación, recopilación de datos y análisis de las herramientas de la investigación utilizadas para poder generar un plan estratégico con acciones aplicadas a resolver las necesidades encontradas en la institución y como resultado se establecen las siguientes propuestas:

2.8 Actividades para la Operatividad de la Estrategia

2.8.1 Propuesta 1: Guía Sanitaria

Actualmente la ENAP no cuenta con medidas de seguridad contra el COVID-19, por lo que se propone desarrollara una guía sanitaria con protocolos de limpieza y estrategias de seguridad dentro de las instalaciones, para evitar la transmisión y propagación del COVID-19, con el fin de resguardar la salud de los estudiantes y la del personal trabajador al retornar actividades escolares.

PROPUESTA 1

¿A QUÉ ESTRATEGIA RESPONDE LA PROPUESTA?	Fortalecimiento de la comunicación visual interna ante el COVID-19
PROBLEMA	No se cuenta con un protocolo sanitario dentro de las instalaciones, ante la actual pandemia.
PRODUCTO	Guía sanitaria
OBJETIVO COMUNICACIONAL	Informar sobre los cuidados sanitarios ante COVID-19, al retornar al ciclo escolar en la ENAP
TIPO DE MENSAJE	Institucional - Informativo
PÚBLICO OBJETIVO	Personal trabajador, catedráticos y alumnos de la ENAP
MEDIO DE DIFUSIÓN	Impreso y digital en PDF

Fuente: Ana Lucía Torres.

2.8.2 Propuesta 2: Afiches

Se propone diseñar afiches informativos con medidas de prevención básicas ante el COVID-19, los cuales serán colocados en las aulas y puntos estratégicos de las instalaciones de la ENAP, para captar la atención e informar a la comunidad educativa de estas medidas.

PROPUESTA 2

¿A QUÉ ESTRATEGIA RESPONDE LA PROPUESTA?	Fortalecimiento de la comunicación visual interna ante el COVID-19
PROBLEMA	No se cuenta con un protocolo sanitario dentro de las instalaciones, ante la actual pandemia.
PRODUCTO	Afiches
OBJETIVO COMUNICACIONAL	Informar sobre los cuidados preventivos al retornar al ciclo escolar, dentro de las instalaciones de ENAP
TIPO DE MENSAJE	Institucional - Formativo
PÚBLICO OBJETIVO	Personal trabajador, catedráticos y alumnos de la ENAP
MEDIO DE DIFUSIÓN	Impreso y digital en PDF

Fuente: Ana Lucía Torres.

2.8.3 Propuesta 3: Señalización

Para reducir el riesgo de contagio de COVID-19 es importante mantener una distancia de al menos 1.5-mts- de otras personas siempre que sea posible, por ello se sugiere elaborar señalética de distanciamiento físico, para gestionar adecuadamente el distanciamiento que deben portar los estudiantes dentro de las instalaciones de la ENAP.

PROPUESTA 3

¿A QUÉ ESTRATEGIA RESPONDE LA PROPUESTA?	Fortalecimiento de la comunicación visual interna ante el COVID-19
PROBLEMA	No se cuenta con un protocolo sanitario dentro de las instalaciones, ante la actual pandemia.
PRODUCTO	Señalética
OBJETIVO COMUNICACIONAL	Realizar una señalética del distanciamiento físico que debe de haber entre cada persona dentro de las instalaciones de ENAP.
TIPO DE MENSAJE	Institucional - Formativo
PÚBLICO OBJETIVO	Personal trabajador, catedráticos y alumnos de la ENAP
MEDIO DE DIFUSIÓN	Impreso

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

2.9 Cronograma

NO	Actividad	Agosto				Septiembre					Octubre			
		Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 5	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
1	Elaboración de Diseño de Afiches													
2	Elaboración de Diseño de Señalética													
3	Elaboración de diseño de contenido para la Guía Sanitaria													
4	Redacción de Guía Sanitaria													
5	Producción impresa de material													
6	Visita al establecimiento, para entrega de la señalética													
7	Visita al establecimiento, para entregar los afiches													
8	Reunión con personal administrativo para entregar la guía													

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

2.10 Financiamiento

La Escuela Nacional de Artes Plásticas Rafael Rodríguez Padilla, es una entidad dependiente del Ministerio de Cultura y Deportes, la cual trabaja a base de un presupuesto limitado, dado por su dependencia a su vez se apoya a través de una autogestión, por lo que cuenta con un presupuesto limitado en inversión extra. Por ende, para elaborar el presente plan de comunicación, la estudiante asumirá dicho financiamiento.

2.11 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Diseño de afiches	Q.500.00	Q.500.00	Estudiante
15	Impresión de ejemplares, afiches (tamaño tabloide en texcote, full color)	Q.25.00	Q.375.00	Estudiante
1	Diseño de guía	Q.800.00	Q.800.00	Estudiante
3	Impresión de ejemplares, guías sanitarias (en papel coche 90, t/c, impreso tiro y retiro, full color)	Q.225.00	Q.675.00	Estudiante
1	Diseño de Señalización	Q.500.00	Q.500.00	Estudiante
2	Impresión de señalética (100x100, en vinil adhesivo)	Q.45.00	Q.90.00	Estudiante
	Honorarios Profesionales en la elaboración de comunicación de campaña de comunicación	Q.8,000.00	Q.8,000.00	
			TOTAL, INVERSIÓN	Q. 10,940.00

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

2.12 Beneficiarios

Directos

- Comunidad estudiantil de la ENAP
- Catedráticos y trabajadores de la ENAP

Indirectos

- Seguidores de las redes sociales donde será publicada la guía sanitaria.

2.13 Recursos Humano



RECURSOS HUMANOS

Escuela Nacional de Artes Plásticas
"Rafael Rodríguez Padilla"

NOMBRE	PUESTO	ACTIVIDAD
Arq. Otto René Arana	Director Administrativo, ENAP	Apoyo en facilitar información, contactos y herramientas. Encargado de revisar las estrategias de comunicación y autorizar su ejecución.
David Ortiz	Comunicador Social de la Dirección de Formación Artística	Encargado de subir contenido digital a la página de Facebook de la ENAP.
Dr. José María Torres	Coordinador EPS de Licenciatura	Responsable de asesorar, coordinar y delegar las actividades del EPS de Licenciatura.
M.A. Evelin Morazan	Supervisora EPS de Licenciatura	Encargada de controlar el cumplimiento de las actividades del EPS de Licenciatura.
Lic. Mynor Martínez	Asesor EPS de Licenciatura	Responsable de asesorar, apoyar y orientar al estudiante en el proyecto comunicacional.
M.A. Edgar Martínez	Asesor EPS de Licenciatura	Responsable de asesorar, apoyar y orientar al estudiante en el proyecto comunicacional.
Ana Lucía Torres	Estudiante	Encargada de ejecutar las estrategias del plan de comunicación

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

2.14 Áreas Geográficas de Acción

La ejecución del plan de comunicación se realizó en la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”, ubicado en la 6a. Avenida 22-00 Zona 1, en el interior del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, ciudad de Guatemala.

2.15 Cuadro Comparativo de la Estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Guía Sanitaria	Informar sobre los cuidados sanitarios ante COVID-19, al retornar al ciclo escolar en la ENAP	Q.1,475.00	Estudiante	Ciudad de Guatemala	Comunidad estudiantil, catedráticos y trabajadores de la ENAP	Setiembre-octubre
Afiches	Informar sobre los cuidados preventivos al retornar al ciclo escolar, dentro de las instalaciones de ENAP	Q.875.00	Estudiante	Ciudad de Guatemala	Comunidad estudiantil, catedráticos y trabajadores de la ENAP	Setiembre-octubre
Señalética	Realizar una señalética del distanciamiento físico que debe de haber entre cada persona dentro de las instalaciones de ENAP.	Q.590.00	Estudiante	Ciudad de Guatemala	Comunidad estudiantil y visitantes de la ENAP	Setiembre-octubre

Fuente: Ana Lucía Torre. (2020)

Capítulo 3

3. Informe de ejecución

3.1 Guía sanitaria, estrategia #1

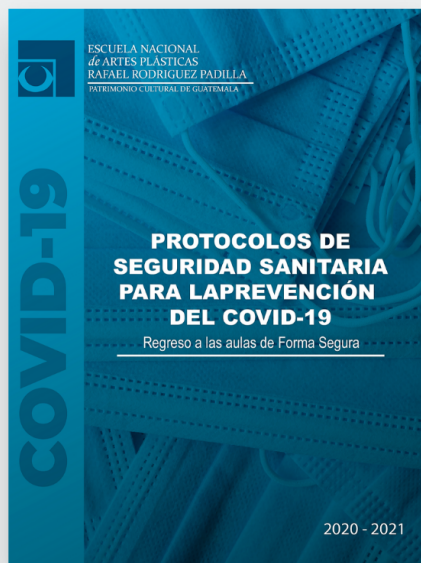
Objetivo de la actividad	Informar sobre la prevención y cuidados de COVID-19, al retornar el ciclo escolar dentro de las instalaciones.
Público objetivo	Trabajadores, catedráticos y alumnos de la ENAP.
Medio utilizado	Impreso y digital en PDF
Área geográfica de impacto	Dentro del interior de Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Ciudad de Guatemala.
Presupuesto invertido en esta acción	Diagramación de guía Q.800.00 Impresión 3 ejemplares (tamaño carta, en papel couche 90, impreso tiro y retiro a full color). Q.675.00 Total: 1,475.00

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

Comprobación de material:

ESTRATEGIA 1

Guía Sanitaria



Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19,

Guía Sanitaria



Guía Sanitaria / Páginas interiores.

Guía Sanitaria



Cafetería y áreas comunes

Considera que la cafetería y las áreas comunes son zonas de alto tránsito y, por lo tanto, de alto riesgo de contagio.

- Evita estar en áreas comunes por un tiempo prolongado.
- Si estás en una cafetería, evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.
- Evita estar en áreas comunes por un tiempo prolongado.
- Si estás en una cafetería, evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.

16



Baños

Evita ir a baños públicos, hoteles y parques recreativos que no sean los propios de tu institución.

- Si vas a un baño público, evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.
- Evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.

17



Modalidad de Atención

Evita ir a una modalidad de atención que no sea la presencial.

- Si vas a una modalidad de atención que no sea la presencial, evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.

18



MEDIDAS AL SALIR DEL ESTABLECIMIENTO

- Evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.

19



¿CÓMO PROCEDER CUANDO UN ESTUDIANTE, MAESTRO O PERSONAL TRABAJADOR, DESARROLLA SÍNTOMAS DE COVID-19 DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE LA ENAP?

- Evita estar en contacto con personas que no pertenecen a tu grupo.

20



- Dirección y los Servicios para el Cliente de la ENAP.
- Dirección y los Servicios para el Cliente de la ENAP.

21



REFERENCIAS Y RECURSOS

ENAP: [ENAP](#)

22



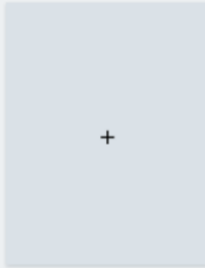
LA MAYOR RIQUEZA ES LA SALUD.

23



Logos of partner institutions: ENAP, UNAM, etc.

24



+

25

3.2 Afiches, estrategia #2

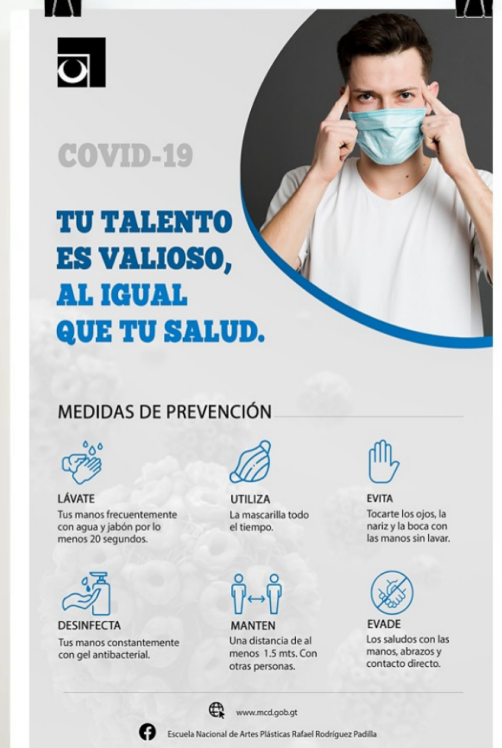
Objetivo de la actividad	Informar sobre los cuidados sanitarios ante COVID-19, al retorno del ciclo escolar en ENAP.
Publico objetivo	Trabajadores, catedráticos y alumnos de la ENAP.
Medio utilizado	Impreso y digita en PDF
Área geográfica de impacto	Dentro del interior de Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Ciudad de Guatemala.
Presupuesto invertido en esta acción	Diseño Q500.00 Impresión (15 afiches tamaño tabloide en texcote) Q375.00 Total: Q875.00

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

Comprobación de material:

ESTRATEGIA 2

Afiche



Afiche con medidas de seguridad básica en prevención del COVID-19.

3.3 Señalética, estrategia #3

Objetivo de la actividad	Realizar una señalética del distanciamiento físico que debe de haber entre cada persona dentro de las instalaciones de ENAP.
Público objetivo	Trabajadores, catedráticos y alumnos de la ENAP.
Medio utilizado	Impreso
Área geográfica de impacto	Dentro del interior de Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, Ciudad de Guatemala.
Presupuesto invertido en esta acción	Diagramación Q500.00 Impresión Señaléticas (2 vinil adhesivo de 100x100) Q90.00 Total: Q590.00

Fuente: Ana Lucía Torres. (2020)

Comprobación de material:

ESTRATEGIA 3

Señaletica



Señaletica con diseño para el distanciamiento físico.

4 Conclusiones

1. Gracias a las herramientas tecnológicas, fue posible mantener una comunicación más segura y productiva durante la pandemia actual, permitiendo la facilidad de la información y a su vez evitando la propagación del COVID-19.
2. Se cumplió con el objetivo de crear un plan comunicacional visual en la Escuela Nacional de Artes Plásticas Rafael Rodríguez Padilla, orientada a superar la etapa de pandemia del COVID-19 dentro de las instalaciones, la cual permite que la ENAP este preparada con las medidas necesarias para cuando el Ministerio de Educación indique, el poder retomar las clases presenciales.
3. Se logró crear una guía sanitaria, la cual permite aportar una solución práctica para la correcta gestión de protocolos ante el COVID-19, en las instalaciones de la ENAP.
4. Se consiguió crear material impreso para la institución, el cual fue entregado en formatos digitales para uso inmediato al retomar actividades, así mismo se entregó de forma digital el plan comunicacional elaborado para la ENAP.
5. La importancia de los afiches informativos y el uso de señalética en la ENPA ayuda a informar a la comunidad estudiantil y mantener un orden y un distanciamiento adecuado con los alumnos dentro de los talleres y aulas de clases.
6. El material estratégico será implementado y ejecutado por la ENAP, luego de regresar al ciclo escolar 2021 o cuando el Ministerio de Educación lo indique.

5 Recomendaciones

1. Reproducir más ejemplares de las guías sanitarias, para que se pueda difundir a sus colaboradores y visitantes.
2. Seguir las indicaciones de la guía sanitaria, para evitar contagios y prestar una educación segura y de calidad.
3. Darle continuidad a la estrategia y adaptarse a los nuevos cambios comunicacionales que surgen ante el COVID-19 y a la evolución digital.
4. Reproducir el material con los lineamientos establecidos que deja la estudiante, para una distribución adecuada.
5. Que la ENAP divulgue a través de sus redes sociales y en el portal del Ministerio de Cultura y Deportes, la existencia de la Guía Sanitaria y protocolos que cuenta como institución ante el COVID-19.
6. Se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación seguir apoyando al área de EPS de licenciatura, para contar con epesistas que contribuyan con propuestas comunicacionales que beneficien y mejoren la eficacia del área comunicacional dentro de una entidad.
7. Se recomienda a la Universidad de San Carlos y a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que aprovechen las nuevas tecnologías que surgen entorno al ámbito virtual de aprendizaje, formación y docencia, para brindar una educación innovadora, actualizada y de calidad a su comunidad estudiantil.

Referencias Bibliográficas

- Alfredo Piloña Ortiz, (2017) *Guía práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo*, (7^a ed.). Guatemala C.A., S.G. 001.42 P643:10 C.2.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. (6^a Edición). Caracas: Editorial Episteme.
- Arana. O. (2020) *Organigrama de la ENAP*. Organigrama. Por Dirección administrativa
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. Pearson Educación.
- Brandolini, A. & González, M. (2009). *Comunicación interna*. (1^a ed.). Buenos Aires: Dircom
- Carlos Fernández Collado, *La comunicación en las organizaciones*. México: Ed. Trillas, 1999, p. 42.
- Davis, K. (1983). *El comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw Hill Edit.
- Fernández, C. (1999). *La comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid. Ediciones Morata y Fundación Paideia Galiza.
- Fonseca, M. S., Pérez, A. C., Ramírez, M. I. P., & Hernández, F. J. L. (2011). *Comunicación oral y escrita* (Ed. Rev.). México, México: Pearson Educación.
- García, J (1998) *Comunicación interna*, Madrid, Editorial Díaz de Santos pág. 169
- Goode, William J. (1982) “*Métodos de Investigación Social*” Editorial Trillas México. P.148
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4^{ta} Edición). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6^a Edición). México D.F: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Interiano, C. (1999). *La comunicación interpersonal*. Guatemala. Editorial estudiantil Fenix. Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala

- Munari, B. (2008). *Diseño y comunicación visual*. (1a. ed.) Barcelona, pp.79-85.
- Palella, S. y Martins, F. (2008). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (2ª Edición). Caracas: FEDUPEL.
- Piloña, G. (2016) *Guía Práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo*. Guatemala: GP Editores.
- Pizzolante, I. (2004). *El poder de la comunicación estratégica*. Bogotá: Colombia. Editorial pontificia Universidad Javeriana.
- Roberto Hernández Sampieri, (2014) *Metodología de la Investigación*, (6º edición), México, 001.42 H557:6 C.7.
- Sánchez, S. (2000). *La comunicación interpersonal en las organizaciones*. México
- Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación*. (2ª Edición). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Trelles, I. (2001). *Comunicación Organizacional*. La Habana: Editorial Felix Varela.

E-grafías

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo. Recopilado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNUoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=comunicaci%C3%B3n+interna++organizacional&ots=gnOqrsSMt2&sig=YwyHSQuiMMj87WZ0cn0O2cOfo_0#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20interna%20%20organizacional&f=false
- Bastos, G. (2013, 28 septiembre). *Teoría de la imagen fija y de movimiento* [SlideShare]. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/manchobastos/laswell>
- Campos, G., & Lule, N. (2012). *La observación un método para el estudio de la realidad*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Costa. J. (s.f). *Señalética y señalización*. Weebly. Recuperado de <http://senaletica.weebly.com/sentildealeacutetica-y-sentildealizacioacuten.html>

- Edwards, M. (2016). *El libro de la comunicación visual: Dibujos, palabras y formas para comunicar ideas*. LID Editorial. Recopilado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CCuPDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=f%20ormas+de+comunicaci%C3%B3n+visual&ots=TwjlyOral7&sig=Ooa6en7RZo5FvIW_rPIf%20oUJ_hCE#v=onepage&q=formas%20de%20comunicaci%C3%B3n%20visual&f=false
- elPeriódico (2020, 28 julio) Estado de Calamidad se mantendrá vigente hasta el 5 de agosto. elPeriódico. <https://elperiodico.com.gt/nacion/2020/06/27/estado-de-calamidad-se-mantendra-vigente-hasta-el-5-de-agosto/>
- Frascara, J. (1999). *El poder de la imagen: reflexiones sobre comunicación visual*. Ediciones infinito. Recopilado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Q0AW0JSWck8C&oi=fnd&pg=PA20&dq=%20+Frascara,+Jorge,+%E2%80%9CEl+poder+de+la+imagen%E2%80%9D,+Ediciones+Infin%20ito,+Argentina,+1999,+p%C3%A1g.+13&ots=woMe9Zf2wv&sig=2WmZkLT22QviieV_h%20bT5as3tWgg#v=onepage&q&f=false
- García, L (2020, 30 junio) COVID-19: Cuántos días durará el Estado de Calamidad Pública en Guatemala. Gutemala.com <https://www.guatemala.com/noticias/sociedad/covid-19-cuantos-dias-durara-estado-calamidad-publica-guatemala.html>
- García, T y Cano, M. (1999). *El FODA Una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones*. Disponible en red <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>
- Grajeda, C. (2020, 8 mayo). Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” —ENAP—, Guatemala. Gutemala.com. <https://aprende.guatemala.com/historia/escuela-nacional-de-artes-plasticas-rafael-rodriguez-padilla-enap-guatemala/>
- La ENAP. (2019). Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla”. Facebook. Recuperado el 25 de mayo de 2020, de <https://www.facebook.com/pg/enapguatemala/about/>

- OPS. (2020). Enfermedad por el Coronavirus (COVID-19). Organización Panamericana de la Salud. Recuperado el 26 de julio de 2020 de <https://www.paho.org/es/tag/enfermedad-por-coronavirus-covid-19>
- Rojas, A. (4 de septiembre de 2017) Población y Muestra. Investigación e Innovación Metodológica. <http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/>
- Sandoval, A. (2020, 28 febrero). Diagnóstico paso a paso: comunicaciones corporativas. Think Big / Empresas. Recuperado 19 de jul. De 2020 <https://empresas.blogthinkbig.com/diagnostico-comunicaciones/>
- Toledo, C. (2010). *Guía informativa de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” y galería de arte “Enrique Acuña”, Guatemala. USAC.* Recuperado el 24 de mayo de 2020, de http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/07/07_0702.pdf

ANEXOS

a. Cuestionarios de la encuesta.



Encuesta: Análisis comunicacional ante la prevención de COVID-19 dentro de la Escuela Nacional de Artes Plásticas Rafael Rodríguez Padilla (ENAP)

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer la comunicación actual dentro de las instalaciones de la ENAP ante la pandemia de COVID -19.

El manejo de los datos será estrictamente confidencial.

Seleccione su Género

Mujer

Hombre

Otros: _____

Colaboración dentro de la institución:

- Alumnos
- Catedráticos
- Personal Administrativo

¿Está informado de la situación actual COVID-19 en Guatemala?

- Sí
- No

¿Actualmente la ENAP cuenta con algún protocolo dentro de las instalaciones, ante el COVID-19?

- Sí
- No

¿Considera que ENAP debe contar con información del COVID-19?

- Sí
- No

¿Qué tipo de información le gustaría recibir del COVID-19?

- Noticias
- Protocolos de Salud

¿Considera que ENAP debe ofrecer material gráfico con protocolos de salud ante el COVID-19?

- Si
- No

Enviar

b. Fotografías

-ENAP-



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)



Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)

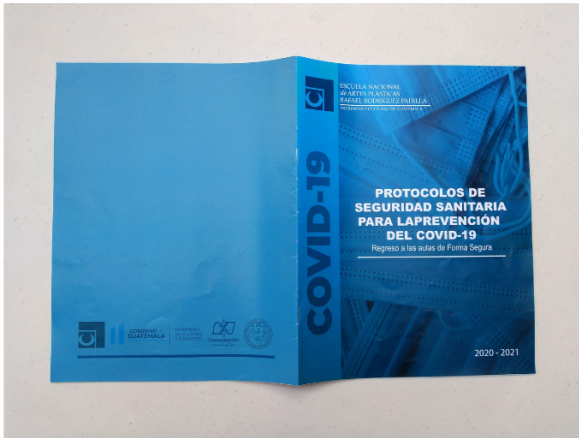


Fuente: Ana Lucía Torres.
(julio, 2020)

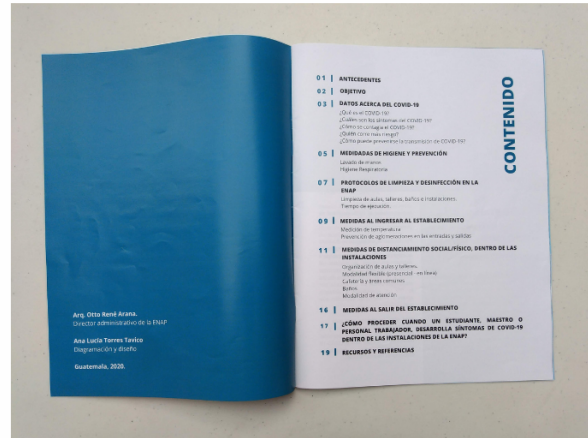
Fotografías tomadas durante visita a ENAP

Guía Sanitaria

Impresa



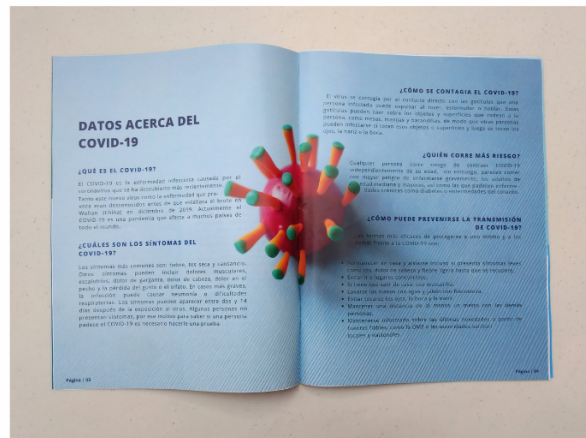
Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.

Guía Sanitaria

Impresa



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.

Guía Sanitaria

Impresa



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Guía Sanitaria con información para la prevención COVID-19.

Afiches impresos



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Afiche con medidas sanitarios en prevención del COVID-19.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020). Afiche con medidas sanitarios en prevención del COVID-19.

Señalética

impresa



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020)
Señalética para el distanciamiento físico.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020)
Señalética para el distanciamiento físico.



Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020)
Señalética para el distanciamiento físico.

Entrega de Material Gráfico

Guía Sanitaria, afiches y señalética



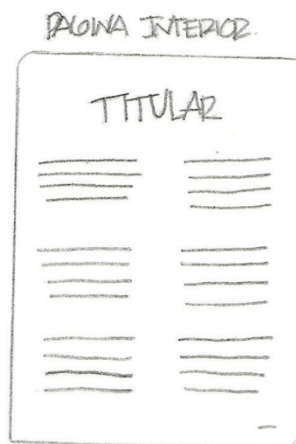
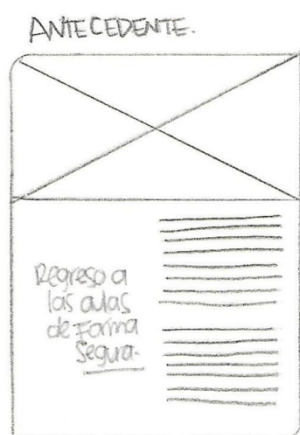
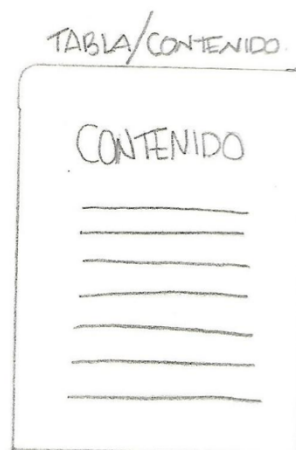
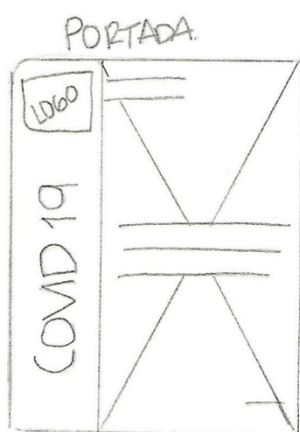
Fuente: Ana Lucía Torres. (octubre, 2020)

Entrega de material gráfico al Arq. Otto René Arana. Director administrativo de la Escuela Nacional de Artes Plásticas “Rafael Rodríguez Padilla” .

c. Bocetos

Bocetos

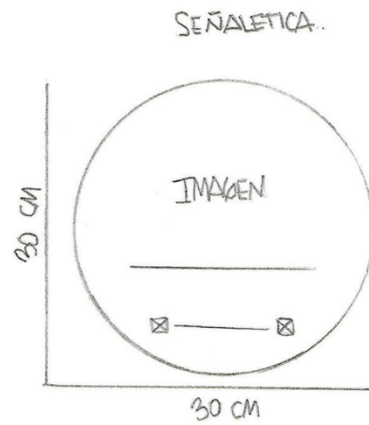
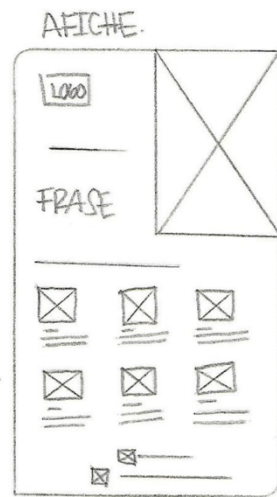
Estrategia 1



Guía Sanitaria

Bocetos

Estrategia 2 y 3



Afiche / Señalética

d. Cotizaciones de los materiales



COTIZACIÓN
Tel. 6631-8255
circlemediapublicidad@gmail.com

SEÑORES: LUCIA TORRES

FECHA:08-09-2020

Estimado cliente para J&E es un placer presentarle la siguiente cotización
y ofrecerle los mejor precios en impresión digital y sublimación

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
15	AFICHES TAMAÑO TABLOIDE EN TEXCOTE IMPRESIÓN TIRO FULL COLOR	Q25.00	Q375.00
3	GUIAS EN PAPEL COCUCHE 90 TAMAÑO CARTA IMPRESIÓN TIRO Y RETIRO FULL COLOR	Q225.00	Q675.00
2	LONAS VINILICAS IMPRESAS FULL COLOR DE 1X1 MTS.	Q45.00	Q90.00
		TOTAL	Q1,140.00

Precios incluyen IVA

OBSERVACIONES

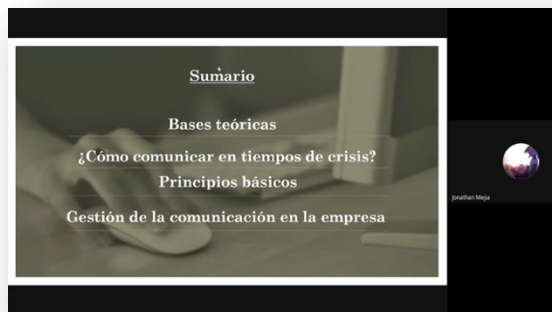
TIEMPO DE VIGENCIA DE LA COTIZACION: 8 dias
TIEMPO DE ENTREGA DEL PRODUCTO: a convenir
FORMA DE PAGO: 15 dias credito

Licda. Guadalupe Martínez
Jefe de Ventas Corporativo
Cel. 5473-2964 / 5420-8981

e. Videoconferencias



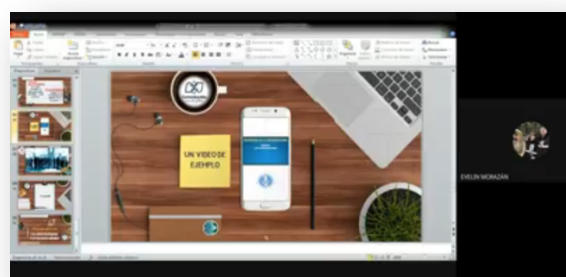
Licda. Brenda Chacón
“Comunicación Organizacional”
06-05-2020



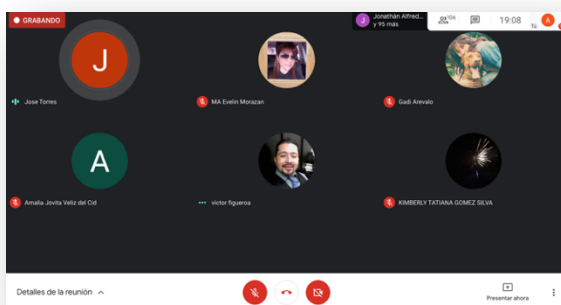
Lic. Jonathan Mejía
“Comunicación en tiempos de crisis”
08-05-2020



“Los grandes retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías”
Invitado Especial: Lic. Sergio Rinaldi
12-05-2020



“Barreras de la Comunicación”
M.A. Evelin Morazán
27-05-2020

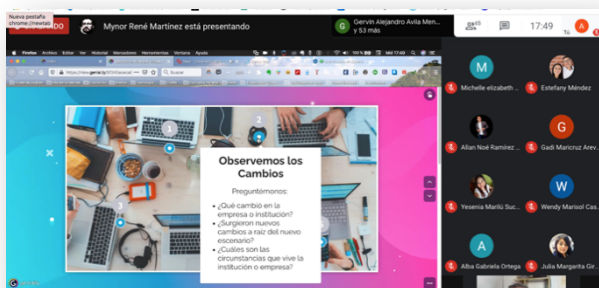


“Eficiencia de la Expresión Verbal en video Conferencias Académicas”
Dr. José María Torres
29-05-2020

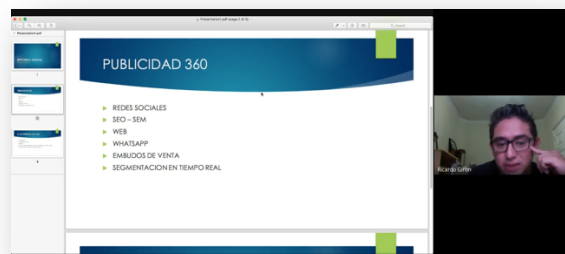


“Salud y Seguridad Ocupacional y Normas Complementarias para la Prevención de COVID-19 en los lugares de trabajo”
Invitado: Víctor Figueroa
07-08-2020

Captura de pantallas de videoconferencias impartidas durante el proceso de EPS de Licenciatura.



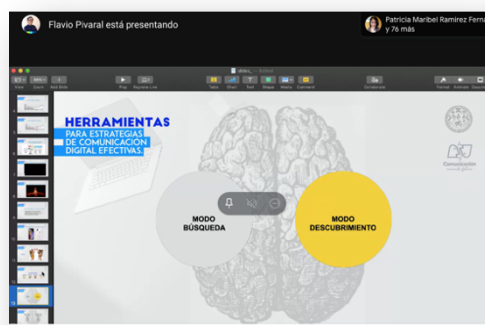
“Herramientas digitales para la ejecución del Plan Comunicacional”
Lic. Mynor Martínez
12-08-2020



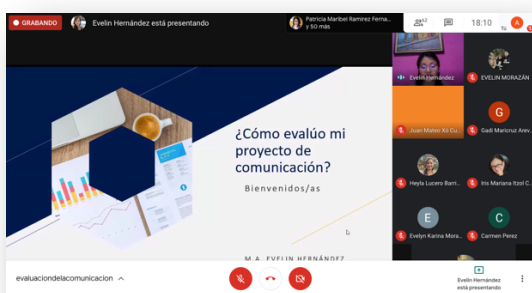
“Manejo de Herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad”
Invitado Especial: Ricardo Girón
15-08-2020



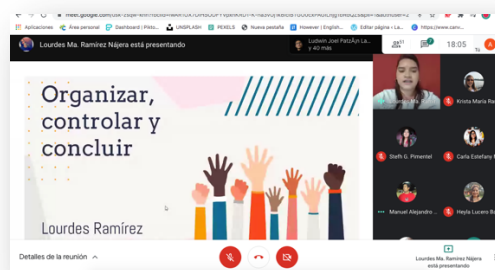
“Creando Contenidos Para Redes Sociales”
M.A. Marvín Sarmientos
17-08-2020



“Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas”
Invitado Especial: Flávio Pivara
19-08-2020

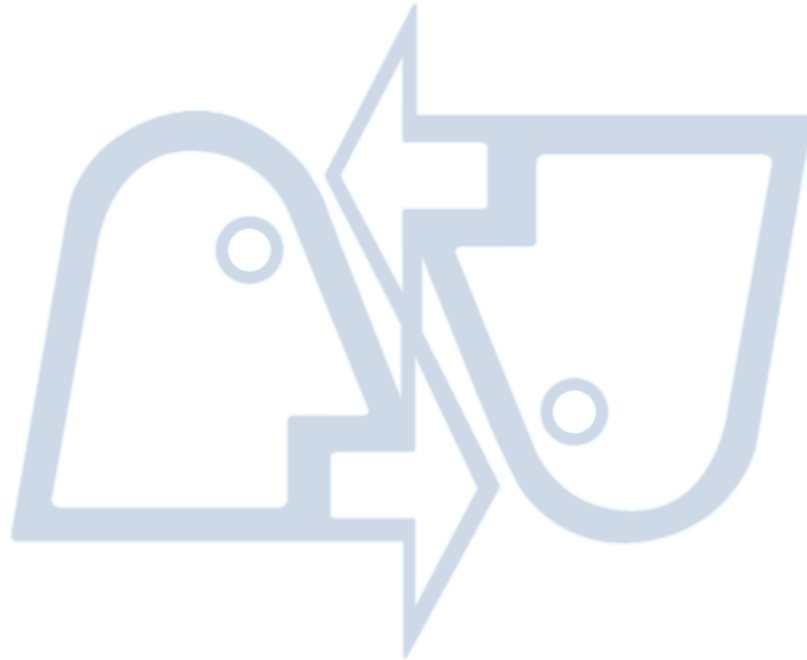


¿Cómo evaluar mi proyecto de Comunicación?
M.A. Evelin Hernández



“Organizar, controlar y concluir”
Invitado Especial: Lourdes Ramírez
28-08-2020

Captura de pantallas de videoconferencias impartidas durante el proceso de EPS de Licenciatura.



Comunicación
creando futuro