

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA
LA CINEMATECA "ENRIQUE TORRES" DE LA UNIVERSIDAD DE SAN
CARLOS DE GUATEMALA**

AISZA ZUZARA ARREAGA ALONZO
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
GUATEMALA, OCTUBRE 2,024

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



**Diagnóstico y Plan de Comunicación Externa para la
Cinemateca "Enrique Torres" de la Universidad San
Carlos de Guatemala**

Comunicación
creando futuro

Presentado por

Aisza Zuzara Arreaga Alonzo

Previo a optar el título de
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Asesor

Licda. Brenda Chacón

Guatemala, octubre 2024

Universidad San Carlos de Guatemala
Escuela Ciencias de la Comunicación

Directora

M.A Silvia Regina Mirada López

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Dr. Herbert Estuardo Díaz Tobar

Representantes Estudiantiles

Oscar Eduardo García Orantes

Elvis Enrique Ramírez Mérida

Representantes de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Bryan Torres

Lic. Alejandro Solares

Lic. Jonathan Mejía

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisoras

Licda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Licda. Krista María Ramírez Nájera

M.A. Evelyn Hernández Mazariegos



Guatemala 22 de octubre 2024

Estudiante de EPS de Licenciatura
Aisza Zuzara Arreaga Alonzo
Registro académico: 9210333
Presente.


Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado **“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA CINEMATECA UNIVERSITARIA “ENRIQUE TORRES” DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

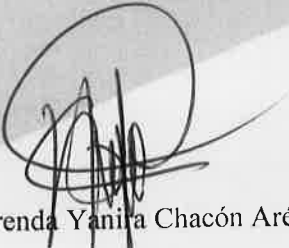
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (5) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC

Sin más que hacer constar,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán
Coordinador EPSL




Lda. Brenda Yanira Chacón Arévalo
Docente Supervisor



Guatemala, 22 de febrero 2024

COORDEPSL02-2024



Ingeniera Wendy López Dubón
Directora General
Extensión Universitaria Usac
Presente

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Aisza Zuzara Arreaga Alonzo** con número de registro académico **9210333** y carné **2456103750101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en la Institución que usted representa y para tal efecto se requiere lo siguiente:

1. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
2. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
3. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
4. Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
5. Autorizar que el/la estudiante Incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
6. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866

REF. DIGEU 210-2024
Guatemala 04 de marzo de 2024

M.A.
Luis Pedroza
Coordinador EPS
Ciencias de la Comunicación
Presente

M.A. Pedroza:

Reciba un cordial saludo de la Dirección General de Extensión Universitaria, deseándole éxitos en todo lo que emprenda.

En respuesta al oficio COORDEPSL02-2024; en el cual, extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la estudiante Aisza Zuzara Arreaga Alonzo número de Registro Académico 9210333. Para llevarse a cabo de febrero a agosto del presente año y consta de tres fases. En las primeras dos etapas: fase diagnóstica y creación de plan estratégico se solicitará, eventualmente, datos y entrevistas que aporten al fortalecimiento de las mismas. En la tercera y última etapa se requerirá de 300 horas presenciales para la ejecución de dicho plan, a desarrollar en la Cinemateca Universitaria.

Por este medio, de manera atenta hago de su conocimiento que se acepta a la estudiante Aisza Zuzara Arreaga Alonzo para llevar a cabo su Ejercicio profesional Supervisado en la Cinemateca Universitaria bajo la supervisión del licenciado Walter Figueroa, Encargado de Cinemateca, para coordinar se le agradecerá comunicarse con el licenciado Figueroa al número 5937-1801.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Ingeniera Wendy López Dubón
Directora General de Extensión Universitaria



WL/kr
c.c. Lic. Walter Figueroa, archivo

"Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo"

Dedicatoria

A Dios

A mi mamá Rosario Alonzo de la Cruz (Doña Ro)

A mi papá Rolado Arreaga Cáceres (Do Rorito)

A mi hermana banana Sindy Arreaga Alonzo

Agradecimientos

A mi Universidad San Carlos de Guatemala

A mi asesora Licda. Brenda Yanira Chacón

Índice

Índice	I
Índice de Tablas.....	III
Índice de Figuras	IV
Introducción.....	V
Justificación	VI
Antecedentes.....	VII
Capítulo 1	1
Diagnóstico de Comunicación.....	1
1.1 La Institución	1
1.2 Perfil institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Origen e historia.....	2
1.5 Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	3
1.7 Organigrama de la institución:.....	3
1.8 Misión	4
1.9 Visión.....	4
1.10 Objetivos institucionales.....	4
1.11 Público objetivo	4
1.12 Diagnóstico	5
1.12.1 Preguntas de investigación.....	5
1.12.2 Objetivo General.....	5
1.12.3 Objetivos específicos	5
1.12.4 Metodología.....	6
1.13.1 Descripción del método	6
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección.....	7
1.13.3 Interpretación de los resultados	8
1.14 FODA comunicacional	18
1.15 Problemas detectados.....	19
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	19
1.17 Indicadores de éxito	20
1.18 Límites y alcances de la investigación.....	20
1.19 Cronograma del diagnóstico	21
1.20 Proyecto a desarrollar	21
Capítulo 2	22

Plan estratégico de comunicación	22
2.1 Plan de comunicación	22
2.2 Elementos comunicacionales	22
2.3 Objetivos del plan de comunicación	23
2.4 Estrategia	24
2.5 Acciones o Actividades de la estrategia.....	24
2.6 Público objetivo	29
2.7 Mensajes clave	30
2.8 Indicadores de las acciones	30
2.9 Recurso Humano	30
2.10 Financiamiento y presupuesto.....	31
2.11 Beneficiarios	31
2.12 Áreas Geográficas de Acción.....	32
2.13 Cuadro operativo de la estrategia.....	32
2.14 Cronograma del Plan de Comunicación	33
Capítulo 3	34
Ejecución del plan de Comunicación	34
3. Informe de ejecución	34
3.1 Guía de contenidos para Instagram.....	34
3.2 Catálogo Fotográfico "Florencio Godoy"	36
3.3 Creación de Revista "Cinemateca 54"	36
3.4 Material gráfico informativo.....	40
3.5 Activación "Festival de Junio"	42
3.6 Talleres informativos	43
3.7 Cronograma	45
Conclusiones	45
Recomendaciones	46
Referencias Bibliográficas	47
Anexos	48

Índice de Tablas

Tabla 1 Lista de Museos y Bibliotecas de Universidad San Carlos de Guatemala	3
Tabla 2. Entrevista a profundidad No. 1	8
Tabla 3 Entrevista a profundidad No. 2.....	11
Tabla 4 FODA	18
Tabla 5 Cronograma diagnóstico.....	21
Tabla 6 Tática o acción No. 1	24
Tabla 7 Tática o acción No. 2.....	26
Tabla 8 Tática o acción No. 3.....	29
Tabla 9 Ficha técnica de taller para niños "Iniciación en el cine"	29
Tabla 10 Ficha técnica de taller "Importancia de la imagen para la memoria histórica"	29
Tabla 11 Indicadores de éxito.....	30
Tabla 12 Presupuesto.....	31
Tabla 13 Objetivo I.....	32
Tabla 14 Objetivo II	32
Tabla 15 Objetivo III	33
Tabla 16 Cronograma plan de comunicación	33
Tabla 17 Ejecución objetivo I.....	34
Tabla 18 Ejecución objetivo II	40
Tabla 19 Ejecución objetivo III.....	43
Tabla 20 Cronograma ejecución del plan de comunicación.....	45

Índice de Figuras

Figura 1. Ubicación	1
Figura 2. Organigrama de la Institución.....	3
Figura 3: Su edad está en el rango de:	13
Figura 4: Su género es:	13
Figura 5 ¿Con cuál de estas categorías se identifica?.....	14
Figura 6: ¿Conoce la Cinemateca Universitaria Enrique Torres?	14
Figura 7: ¿Qué instituciones conoce que realice proyecciones de cine?.....	15
Figura 8: ¿En qué medios ha visto usted información de las proyecciones que realiza la cinemateca?.....	15
Figura 9: ¿Qué muestras de cine conoce?	16
Figura 10: ¿Qué contenido le gustaría que proyectara la cinemateca?.....	17
Figura 11: ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera la cinemateca?.....	17
Figura 12: Elementos comunicacionales	22
Figura 13: Elementos comunicacionales de la cinemateca	23
Figura 14: Fotografías de piezas museográficas.....	25
Figura 15: Flyer de Convocatoria.....	25
Figura 16: Ejemplo de cédulas gráficas.....	26
Figura 17: Ejemplo de texto que llevará el panel o gráfico impreso.....	27
Figura 18: Lobby Teatro Nacional	28
Figura 19: Post Conoce la Cinemateca.....	35
Figura 20: ¿Sabías qué?.....	35
Figura 21: Flyer "Visita nuestro museo"	35
Figura 22: Portada Catálogo.....	36
Figura 23: Portada Catalogo Museográfico.....	37
Figura 24: Portada Revista	38
Figura 25: Página Red de Gestores Culturales	39
Figura 26: Página Actividades culturales de Guatemala	39
Figura 27: Página Lecturas en Movimiento y Solidaridad	39
Figura 28: Cédulas museográficas.....	40
Figura 29: ¿Sabías qué?.....	41
Figura 30 Panel histórico.....	41
Figura 31: Activación Festival de Junio.....	42
Figura 32: Activación Festival de Junio.....	42
Figura 33: Alumnos Colegio Las Américas	43
Figura 34: Taller "Iniciación en el cine"	44
Figura 35: Elaboración de Folioscopio.....	44
Figura 36: Taller "Importancia de la imagen en la memoria histórica"	44

Introducción

Pocas son las instituciones encargadas de guardar documentos históricos que testifican las glorias pasadas de Guatemala y sólo algunas se especializan en temas como la Memoria Histórica.

Tal es el caso de la Cinemateca Universitaria “Enrique Torres Pérez”, la cual posee un banco de rollos filmográficos con imágenes clásicas de lo que aconteció en el pasado. Esta propone a su audiencia un sentido crítico de la historia del país y del cine y su campo de acción se orienta a cuatro ejes de trabajo: archivo fílmico histórico, museo tecnológico, fototeca y biblioteca.

El presente trabajo tuvo como propósito analizar qué factores influyeron en la comunicación externa de esta entidad. En la fase inicial se evaluó el sistema de relaciones internas-externas que esta posee y se cuestionó el funcionamiento de su proceso de comunicación.

Después de identificar las causas que han limitado su campo de acción, se determinó que había que poner en marcha una estrategia de marketing, potenciado especialmente sus relaciones intrínsecas y extrínsecas, ya que es la única cinemateca existente y reconocida en Centro América, así como la más importante en el país.

Tareas como: gestión institucional, mejoramiento de canales de comunicación y visibilidad del trabajo técnico sumaron valor y contribuyeron al manejo de estas relaciones. Por lo tanto, amable lector sírvase adentrarse en la lectura.

Justificación

Una de las razones que motivaron a realizar esta investigación fue el cuestionarse ¿a través de qué, la sociedad, conoce su pasado?, y a pesar de que la nueva era hace proyecciones hacia el futuro y niega ese pasado; existen entidades como la Cinemateca que impulsa la preservación y el resguardo de material fílmico producido a lo largo de la historia en determinada comunidad.

Por eso, se indagó en el proceso comunicativo de esta institución y se llevó a cabo un diagnóstico en el que se observó la recepción del mensaje con su público objetivo y la proyección de la imagen institucional hacia lo externo. También, se identificaron los canales de comunicación y el manejo de sus relaciones con el entorno.

De acuerdo con el plan de investigación, se propuso una estrategia de marketing de carácter emocional y en su ejecución se propuso realizar actividades que movieran las emociones y el pensar de su audiencia.

Por tanto, este trabajo ha sido importante porque ha permitido fomentar tanto los servicios como la buena imagen y proyección de la cinemateca y académicamente, ha aportado datos, referencias y gráficas para su análisis y en consecuencia trabajar por la mejora institucional.

De modo que, este proyecto reconoce el valor y esfuerzo de esta dependencia y de la Universidad San Carlos de Guatemala por mantener viva la memoria histórica y unir esa brecha entre las generaciones del ayer, con las del hoy.

Antecedentes

La Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" es una unidad que pertenece la Dirección General de Extensión de la Universidad San Carlos de Guatemala y su objetivo ha sido vincular a la sociedad civil con esta dependencia en lo político, social, económico y cultural. Los documentos que aquí se refieren, dan fe de la labor desde su creación hasta nuestros días.

(Barillas, 1985) realizó su trabajo de tesis: "Documentos fílmicos de la historia contemporánea de Guatemala" observó la necesidad resguardar los documentos fílmicos que se encontraban en la Cinemateca Universitaria. Sus objetivos fueron: Ordenar sistemáticamente toda la información disponible y analizar e interpretar su contenido bajo la prospectiva particular de la crítica histórica. Aplicó el método de observación y descripción y sus conclusiones giraron alrededor de: alertar a las autoridades y unidades académicas de la universidad sobre el peligro de perder este valioso material. También de estudiar los mismos bajo el criterio de las ciencias sociales.

Por su parte, (Folgar, 1998) escribió su tesis: "Perspectivas para producir cine en Guatemala". Los objetivos fueron: relatar y documentar la historia del cine, así como analizar la producción de sus creadores y la percepción de su audiencia. Aplicó el método de observación-descripción y estudió sus datos desde el modelo cualitativo. Concluyó: que no existe una ley que respalde producciones cinematográficas. No existe gremio y gobierno que apoye o impulse el desarrollo del cine. Tampoco existen recursos, estudios especializados, formación académica e infraestructura.

La tesis de (Alonzo Vásquez, 2011) titulada "Estrategia Comunicacional para la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" tiene como objetivos: Analizar seleccionar y difundir cine nacional y extranjero, preservar y difundir la memoria fílmica histórica nacional y crear un centro de documentación para estudiantes, investigadores y público en general. Su metodología se basó en un diseño no experimental y descriptivo con enfoque cualitativo y concluyó que: la imagen pública de la Cinemateca es deficiente, los recursos con los que cuenta son escasos, las actuales relaciones interinstitucionales le presentan una variada gama de recursos para promoverse.

Por otro lado, (Herrera López, 2014) en su tesis: "Material gráfico y audiovisual que ayude a promover e informar sobre la Cinemateca "Enrique Torres", se propuso como objetivos: Diseñar, elaborar y desarrollar material gráfico y audiovisual para promover e informar a la comunidad universitaria la labor que realiza esta institución. Empleó como método: el desarrollo de diseño multimedia y sus conclusiones fueron: Reconocer el valor que posee esta entidad y los beneficios que ofrece la misma. Crear y diseñar son necesarios para apoyar y fortalecer los recursos existentes dentro de la universidad.

Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1 La Institución

Cinemateca Universitaria “Enrique Torres”

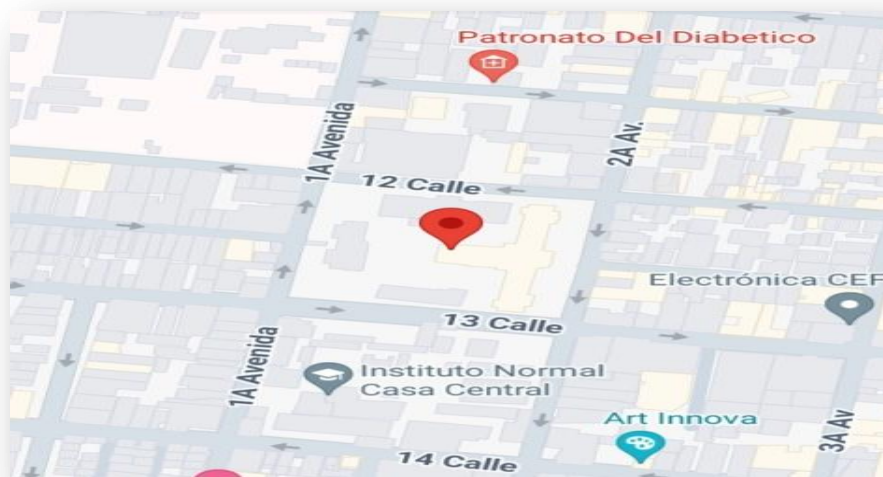
1.2 Perfil institucional

Es la identidad que se encarga de recopilar y conservar películas con contenido político, económico, social y cultural y se preservan con el fin de que futuras generaciones conozcan su valor histórico.

1.3 Ubicación geográfica

Dicha institución es parte de Extensión Universitaria que se encuentra ubicada en la 2a Avenida 12-40, Zona 1 de la Ciudad Capital. En la antigua facultad de Medicina, instalaciones del Paraninfo Universitario.

Figura 1. Ubicación



Fuente: *Google Maps*

1.4 Origen e historia

La Cinemateca Universitaria “Enrique Torres” es una institución que se encarga de preservar el patrimonio cinematográfico de una comunidad. La misma fue fundada el 09 de marzo de 1970 a través de un Acuerdo de Rectoría No. 7110, emitido por el Señor Rector Doctor Rafael Cuevas del Cid.

En abril de 1971 se estableció una Comisión Organizadora integrada por Guillermo Fernández Jurado, Director de la Cinemateca en Argentina y José Enrique Torres Pérez, pionero en dirigir una institución como esta, pero tras su repentina muerte la cinemateca adoptó su nombre.

En 1983, Edgar Barillas realizó su trabajo de tesis: “Documentos filmicos de la historia contemporánea de Guatemala” y observó la necesidad de resguardar documentos fílmicos que se encontraban allí. Alertó a las autoridades de la universidad y fue contratado para ordenar sistemáticamente toda la información, su origen, su estado y contenido bajo la perspectiva de la crítica histórica y las ciencias sociales.

Después, en 1984 la institución contrató a: Marisol Guirola como Coordinadora y a Genaro Cottom como Asistente de laboratorio. El mismo realizó estudios en la Filmoteca de la Universidad Autónoma de México y obtuvo el crédito de Curador Restaurador Cinematográfico. Esto le permitió asumir, más tarde, el cargo de director.

En consecuencia y con el apoyo de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se empezaron a recuperar rollos de películas clásicas realizadas en Guatemala, como "El sombrero", primer largometraje sonoro del país, creado en 1950 y restaurado en 1997" (Herrera López, 2014)

Desde entonces, la cinemateca ha liderado la Red de Archivos Audiovisuales a nivel centroamericano y ha llevado a cabo actividades como el Encuentro de Memoria Audiovisual de Guatemala, en marzo del 2017, que generó un encuentro de experiencias de preservación para materiales audiovisuales.

1.5 Integración y Alianzas Estratégicas

De acuerdo a las entrevistas realizadas, la cinemateca no cuenta con aliados estratégicos debido a que es una dependencia de la Extensión Universitaria, sin embargo, esta institución contribuye y aporta a otras entidades como el Ministerio de Cultura y Deportes, Municipalidad de Guatemala, Pro ciegos y Sordo Mudos de Guatemala.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

La Dirección General de Extensión Universitaria está conformada por seis unidades: gestión y Vinculación, Arte, Cultura y Deportes, Comunicación para el Desarrollo, Proyección Social, Proyección Académica y Servicios en Línea.

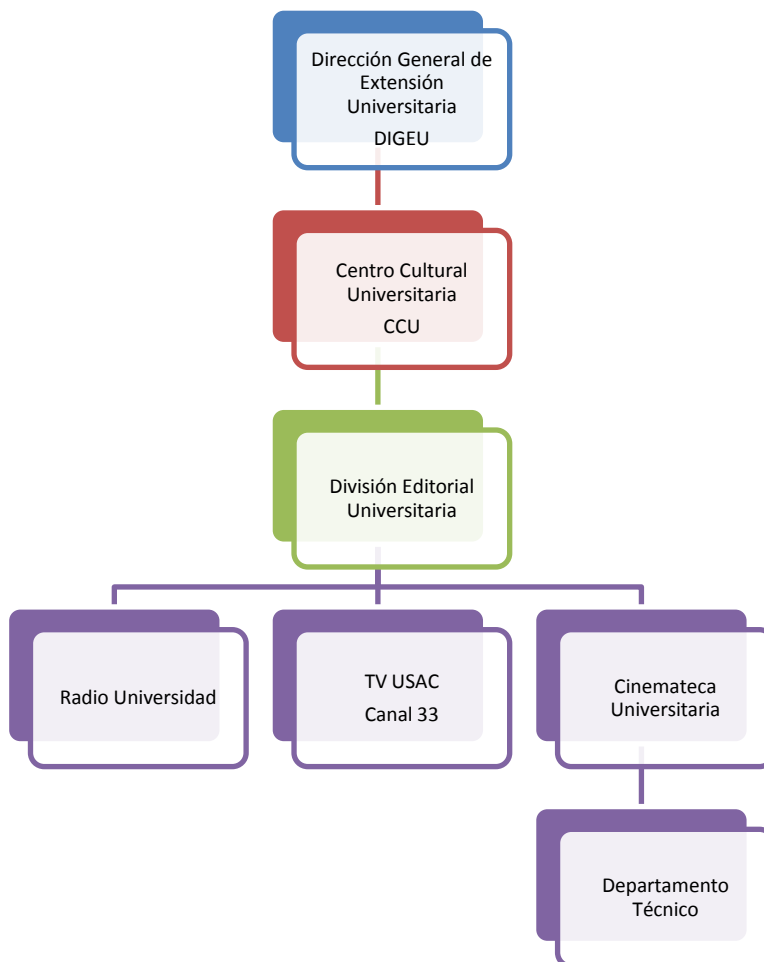
Tabla 1 Lista de Museos y Bibliotecas de Universidad San Carlos de Guatemala

Arte, Cultura y Deportes
"Museos y Bibliotecas"
Biblioteca Cesar Brañas
Casa Flavio Herrera
Cinemateca "Enrique Torres"
Colegio Mayor Santo Tomás de Aquino
Monumento a Rafael Landívar
Museo de la Universidad de San Carlos (MUSAC)

Fuente: elaboración propia (2,024)

1.7 Organigrama de la institución:

Figura 2. Organigrama de la Institución



Fuente: elaboración propia (2,024)

1.8 Misión

"Promover el desarrollo de la Cultura Cinematográfica en nuestro medio. Como Unidad de Cine en su género, tiene como propósito apoyar con información a profesionales del medio, nacionales y extranjeros, investigadores, estudiantes y público en general, sobre la disciplina de las imágenes en movimiento y ramas afines de acuerdo a los principios académicos de la Universidad de San Carlos de Guatemala." (DIGEU)

1.9 Visión

"Ser la instancia que conforme el Archivo Nacional de la Imagen en Movimiento a fin de proteger el Patrimonio Fílmico Guatemalteco, salvaguardar toda clase de películas como obras históricas del Séptimo Arte, rescatar, clasificar, restaurar, y preservarlas por todos los medios y difundir sus contenidos en sesiones cinematográficas; así mismo, relacionarse con el resto de archivos cinematográficos del mundo." (DIGEU)

1.10 Objetivos institucionales

Según el Manual de organización, los objetivos son:

- a. Conservar y rescatar el patrimonio cinematográfico histórico-cultural nacional. Como legado patrimonial a la sociedad guatemalteca.
- b. Mantener el vínculo entre la población guatemalteca y la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en sus distintos planos, archivo histórico, museo tecnológico, fototeca y biblioteca.
- c. Colaborar estratégicamente con organismos nacionales e internacionales afines, para la promoción de la cultura el arte y la tecnología cinematográfica.
- d. Facilitar a la comunidad universitaria y público en general, los beneficios de una cinemateca desarrollada que estimule la participación del visitante

1.11 Público objetivo

Su proyección va dirigida hacia: público universitario, productores/ directores y creadores de cine, así como audiencia en general. Principalmente personas adultas que viven dentro del casco urbano.

1.12 Diagnóstico

Es un instrumento que se aplica dentro de una organización con el fin de detectar los posibles problemas que perjudican o interrumpen el pleno desarrollo de la misma.

“Un diagnóstico de comunicación organizacional es el análisis que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles. Examina también los productos comunicacionales de una organización y puede contemplar las formas de distorsión de la comunicación como los rumores y ruidos que generan las estructuras de poder en una organización" (Díaz, 2001; Díaz, 2001)

Según (Francés, 2001): “El objetivo que busca la realización de un diagnóstico es juntar la información necesaria para diseñar y elaborar estrategias y un plan de acción, analizando y contrastando los datos recabados con un modelo de calidad, para luego tomar las medidas correspondientes para subsanar las posibles barreras”.

Para (González, 2020) Un diagnóstico es, aquello perteneciente o relativo a la diagnosis. Este término, a su vez, hace referencia a la acción y efecto de diagnosticar (recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza).

1.12.1 Preguntas de investigación

- a. ¿Cómo se gestiona la comunicación externa en la cinemateca?
- b. ¿Por qué la cinemateca no posee un plan estratégico de comunicación?
- c. ¿Qué acciones impiden el fortalecimiento de la comunicación externa?

1.12.2 Objetivo General

Evaluar cómo se gestiona el proceso de comunicación externa.

1.12.3 Objetivos específicos

- a. Identificar cuáles son las causas que limitan el ámbito comunicacional externo.
- b. Conocer qué factores influyen en la proyección de la imagen de comunicación externa de la cinemateca en la población guatemalteca.

1.12.4 Metodología

Esta se abordará desde el método:

- a. Inductivo, el cual nos enseña que: un fenómeno se observa desde lo particular hacia lo general y para obtener un resultado se apoya de otros conocimientos que se relacionan directa o indirectamente con la realidad.
- b. De observación. El cual especifica un problema y sus variables. Para ello formula un problema, recolecta y registra datos, analiza e interpreta los datos observados. Concluye y comunica los resultados que culminan la observación en la investigación. "Define un objetivo, desarrolla los medios de registro, define el comportamiento moral o molecular, interpreta y da significado a lo observado." (Albarrán Oscós, 1977)
- c. Analítico-sintético. El cual conoce la naturaleza de un fenómeno que desintegra sus partes y las reconstruye y correlaciona para comprender su esencia. Es decir: analiza y sintetiza. Así lo expresa (Gestiopolis, 2000) "Distingue los elementos de un fenómeno por separado y su relación entre sí".

1.13.1 Descripción del método

Esta investigación se explicará a través del Modelo Integrado Tridimensional que diseñó Yván Bordeleau en el cual define tres campos:

- a. Exploratorio. Es un tipo de estudio que no requiere de hipótesis y nos aproxima a campos de conocimientos desconocidos. De acuerdo a, (Hernández, 2000) "Es en el que se recogen los datos directamente y se hace por medio de técnicas adecuadas. No hay manipulación de variables".
- b. Descriptivo. El cual mide parámetros como: porcentajes y frecuencias del fenómeno de estudio y tampoco requiere de hipótesis. Por tato, (Hernández, 2000) dice que: "Es expresar simplemente lo que existe. Es describir el tema con base a la información que lo rodea".

- c. Explicativo. Porque determinará los orígenes o las causas del fenómeno a estudiar. Así como dará a conocer las condiciones en las que se produce dicho fenómeno. Trata de explicar el por qué y el cómo del problema. "Hay tres putos que persigue dicha investigación: la detección de factores determinantes que dan origen al problema, las causas y circunstancias que tienen relación con el problema, y la demostración e identificación de las condiciones o factores". (Hernández, 2000)

Esta investigación se enfocará a través del modelo mixto. Es decir: explorará a nivel interno los fenómenos de investigación en ambientes naturales con descripciones y explicaciones detalladas de las conductas, situaciones y sujetos entrevistados; y a nivel externo se medirá estadísticamente: las relaciones, proyección, difusión y percepción de los usuarios de esta institución.

En lo cualitativo, (Sampieri, 2010)) explica que "El enfoque cualitativo, se basa en un esquema inductivo, es expansivo y por lo común no busca generar preguntas de investigación (...) Es individual, no mide numéricamente los fenómenos estudiados ni tampoco tiene como finalidad generalizar los resultados de su investigación; no lleva a cabo análisis estadístico, su método de análisis es interpretativo, contextual y etnográfico."

Y en lo cuantitativo (Sampieri, 2010) fundamenta que: "En un esquema deductivo y lógico, busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas, confía en la medición estandarizada y numérica, utiliza el análisis estadístico, es reduccionista y pretende generalizar los resultados de sus estudios mediante muestras representativas."

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Para la fase preliminar se llevará a cabo una entrevista no estructurada o, a profundidad. Esta técnica recopila información a través de una conversación profesional con el personal que labora dentro de la institución. "El fin que se persigue con este tipo de entrevista es obtener un punto de vista externo que requiera profundizar en la esencia del fenómeno. Se utiliza un cuestionario previamente elaborado y las preguntas a formular se dejan a criterio y experiencia del entrevistador." (Gestiopolis, 2000)

Una vez planteado el problema, en la siguiente fase se realizará una encuesta con preguntas de acuerdo al tema y objetivos planteados que permitan, respuesta abierta y para la muestra se encuestará a 100 personas de un universo infinito. Entre ellos profesionales y personas afines al cine "La encuesta es un procedimiento sistemático de recolección de datos facilitados por las personas encuestadas" (Sampieri, 2010)

1.13.3 Interpretación de los resultados

Tabla 2. Entrevista a profundidad No. 1

Entrevista realizada a Licenciado Walter Figueroa	
No.	Preguntas
1.	¿Cuál es su función dentro de la Institución?
2.	¿Qué aspectos se debe conocer de la Cinemateca para realizar este estudio?
3.	¿Cómo es el manejo de sus relaciones interinstitucionales o con otras entidades?
4.	¿Qué actividades realiza?
5.	¿Cómo gestionan los medios de comunicación?

Fuente: elaboración propia (2,024)

Respuesta No. 1 El Licenciado Walter Figueroa lleva 26 años de laborar en esta institución. Dentro de sus funciones administrativas, ha coordinado el área de patrimonio histórico o archivo general de películas en preservación y ha dispuesto de las políticas y estrategias a desarrollarse en la misma.

También ha coordinado acciones para la Red de Archivos Audiovisuales de Centroamérica, y ha llevado a cabo: talleres, congresos, conferencias, grabaciones y programas de televisión

Respuesta No. 2 La Cinemateca Universitaria “Enrique Torres” dedica un área de exhibición en un espacio físico para museo, sin ánimo de lucro abre sus puertas al público, como un espacio de participación tecnológica, científica y cultural.

Este museo está dotado de diferentes cámaras y aparatos de edición cinematográficos que van de los años 50 hasta la actualidad. Su fin es otorgarles un valor significativo a todos esos objetos y documentos de antaño que contribuyen a testificar la historia del país y al desarrollo de la cinematografía guatemalteca. Para la manutención del museo se recibió un taller de museografía. En el mismo se creó un guión museográfico que lleva un orden estricto de la colocación de las piezas.

Además se solicitó la participación de estudiantes de historia para realizar visitas guiadas y así lograr la asistencia del público. En la actualidad, el museo se encuentra fuera de servicio desde marzo del 2020, año en el que surgió la pandemia. El espacio físico se encuentra deteriorado y no tiene proyección alguna.

Otra de las áreas que debe trabajar la cinemateca es la fototeca. Hasta el momento existe una colección de aproximadamente 20,000 fotografías. Las mismas están escaneadas almacenadas, clasificadas y catalogadas para ser expuestas al público.

Sin embargo, no existe un espacio físico para su proyección y exposición. Algunas fotos, las más representativas, se encuentran publicadas en el sitio web o facebook. También cuenta con una biblioteca que es un área que posee algunas publicaciones especializadas. Los documentos relacionados a este arte se han recopilado con fines artísticos, historiográficos, pedagógicos y de documentación.

De modo que los conocimientos adquiridos del cine en sus aspectos: sociales, históricos, políticos, estéticos y técnicos se han realizado través de investigaciones en forma continua y autodidacta. Otra de las funciones que ejecuta esta área es la inspección e investigación de nuevos archivos, mismos que se recolectan a través de donadores, voluntarios, o usuarios de la biblioteca y hemeroteca nacional.

Se puede decir que en el aspecto técnico la función que ha desempeñado la cinemateca ha sido exitosa. Sin embargo, áreas como la biblioteca y fototeca requieren de atención, pues sus funciones son insuficientes.

Respuesta No. 3 La cinemateca desde sus inicios no ha tenido un departamento de Comunicación y tampoco un departamento de Relaciones Públicas que le permita una automatización de alto nivel. No cuenta con aliados estratégicos, aunque sí ha tenido colaboraciones de Arquitectura, Diseño Gráfico e Historia y en lo internacional se ha intercambiado experiencias con instituciones similares.

Respuesta No 4. Existe un patrón cíclico de proyecciones y eventos específicos diseñados para determinada época. Estos son:

- a. *Tiflocine* o cine para ciegos, el cual es una de las labores de proyección más importantes de la cinemateca. Se describe así. Cito:

"Es la proyección de películas para personas no videntes, utilizando recursos de audio descripción de las escenas, en donde no existe dialogo en la película, ya que se efectúa con material de apoyo, como maniqués con vestuarios, aromas, texturas acordes a la película y la audio descripción todo con el fin de crear un marco referencial antes de ingresar a la sala de proyección" (DIGEU)

- b. *Integracine*. Tiene como fin que el público no vidente pueda percibir de forma auditiva a los personajes y elementos que aparecen en la película. Así mismo, que las personas sordas puedan comprender a través de la lectura de subtítulos especialmente adaptados, las intenciones de los actores y los sonidos, ruidos o la melodía de la banda sonora.
- c. *Guatemala de Antaño*, proyectado dentro de la sala del Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias en determinadas temporadas.
- d. *Guatemala del recuerdo* proyectada en el estado de los Ángeles, Estados Unidos.
- e. *Guatemala y la conquista* restaurada y proyectada en una de las ciudades del Brasil.
- f. *Imágenes de tradición*, presentada durante la época de cuaresma.

Respuesta No. 5 En la gestión de medios, la cinemateca suministra materiales audiovisuales a medios de comunicación en fechas especiales como: Semana Santa, el Terremoto de 1976, la Huelga de Dolores o la Revolución de 1944. Facebook e Instagram son las redes más utilizadas por el personal de la institución. Sus técnicos son los encargados de subir información de interés, crear contenidos y darles mantenimiento a sus páginas. Pero cada publicación depende del tiempo libre del que dispongan.

Tabla 3 Entrevista a profundidad No. 2

Entrevista realizada a Licenciado Sergio Pozuelos	
No.	Preguntas
1.	¿Cómo o de qué forma se comunican internamente?
2.	¿Existe algún tipo de ruido en su comunicación? Psicológico, administrativo, tecnológico o físico.
3.	¿Cómo es el ambiente laboral?
4.	¿Qué motivaciones tiene al trabajar aquí?
5.	¿Cómo manejan la crisis institucional? En caso que exista.
6.	¿Su principal función de desarrolla en?

Fuente: elaboración propia (2,024)

Respuesta No.1 Se hace reuniones presenciales diariamente y se ponen de acuerdo las partes para desempeñar las tareas. Se usa tecnología, sólo en caso de hacer comunicación externa. Es decir, responder correos, actualizar redes o brindar información a los usuarios.

Respuesta No. 2 Todo lo contrario. El espacio para comunicar es abierto y participativo. No es complicado.

Respuesta No. 3 Considera que el ambiente es agradable, especialmente cuando se realizan eventos de trayectoria. No obstante, la comunicación a nivel interno con las demás dependencias es cerrada. No se meten porque tienen sus propias líneas de trabajo. La relación con el gremio cinematográfico está dividida. Sin embargo, la cinemateca apoya y colabora con muchos cineastas.

Respuesta No.4 Darse cuenta del valor que tiene la cinemateca. Él, personalmente, se ha conmovido mucho con los elementos y las funciones que se desempeñan ahí. El transferir material. El ver los detalles y redescubrir el pasado para traerlo al presente ha sido muy emotivo porque cada pieza es única.

Respuesta No. 5 "No hay nada que no se solucione con un café." Recuerda la tensión que padeció en Estados Unidos cuando no corría el proyector. Afortunadamente, todo salió bien.

Respuesta No. 6 El archivo fílmico histórico. Este archivo cuenta con 1800 películas y su propósito es rescatar y conservar el material fílmico considerado patrimonio guatemalteco. Uno de los mayores daños producidos en el mismo es su mal almacenamiento, ya que genera condiciones inestables, las cuales pueden ser reducidas, de acuerdo a un meticuloso proceso de limpieza y visualización.

Para ello, se desarrollan acciones de restauración que implican: planificación y desarrollo de un sumario de detalles tratados con precisión, según el criterio del técnico especializado en materia. Este procedimiento permite evitar la pérdida parcial o total del material del que disponen. "Para dictaminar las condiciones físicas del material a trabajar, es necesario desarrollar un sistema capaz de analizar las características fotográficas y sonoras del film." (DIGEU)

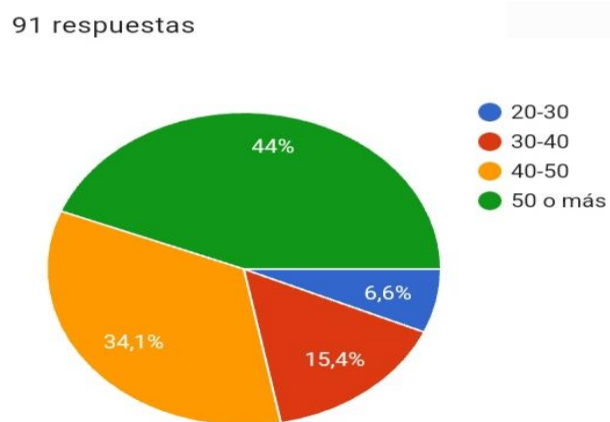
Otra acción de rescate es transferir la información de la cinta de nitrato a digital, la cual requiere de 15 a 20 minutos si el film se encuentra en estado considerable o de uno a dos años si el rollo filmográfico está muy deteriorado. "La Cinemateca subraya sus avances en el área de restauración produciendo documentales, por lo que sostiene; que reproducir la información contenida de un film sobre un nuevo soporte digital, puede constituirse en un alivio para evitar el rápido deterioro de la cinta de cine." (DIGEU)

Cabe mencionar, que su personal técnico brinda formación académica en el campo audiovisual a estudiantes universitarios, creadores y realizadores del gremio cinematográfico y aunque carece de equipos sofisticados de edición; sus asesorías y capacitaciones sobre el uso de equipos cinematográficos toma efecto, eventualmente.

Para realizar la encuesta se tomó como muestra un total de 100 personas, dentro de las cuales sólo 90 respondieron el cuestionario. A continuación se interpreta los resultados:

Gráficos

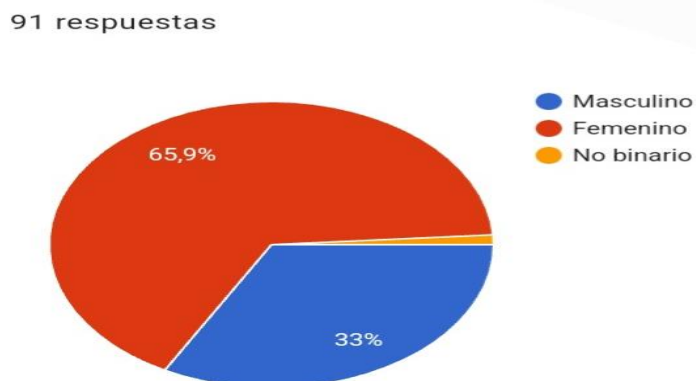
Figura 3: Su edad está en el rango de:



Fuente: elaboración propia (2,024)

El 44% de los encuestados tiene aproximadamente entre 50 años o más. Un 34,1% está entre los 40 y 50 y tan sólo un 6,6% cuenta de 20 a 30 años de edad.

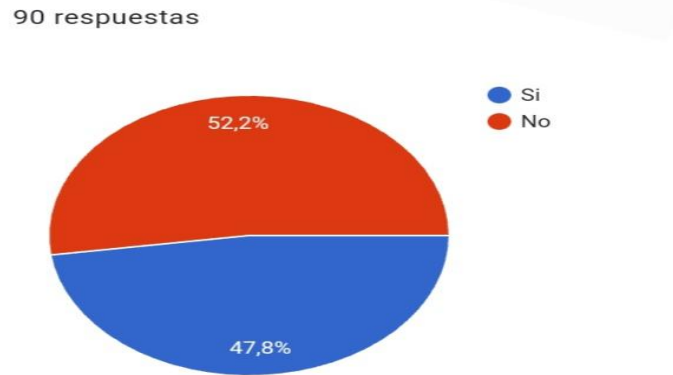
Figura 4: Su género es:



Fuente: elaboración propia (2,024)

Quienes participaron en esta encuesta el 65,9% son mujeres y un 33% son hombres.

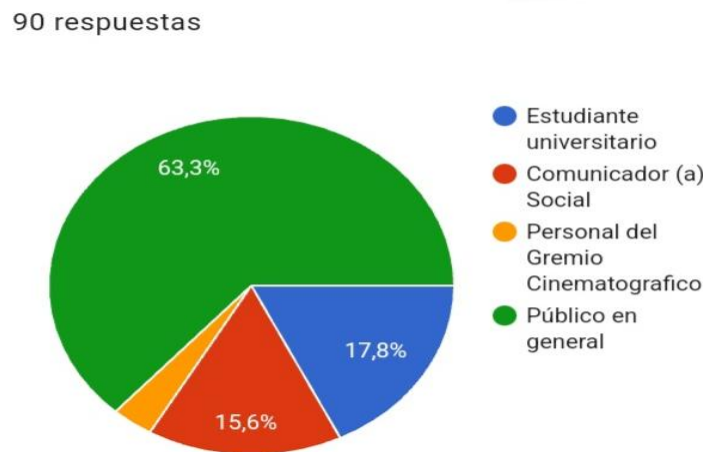
Figura 5 ¿Con cuál de estas categorías se identifica?



Fuente: elaboración propia (2,024)

Se puede decir que el 63,3% corresponde al público en general, un 17, 8% son estudiantes universitarios, el 15,6% corresponde a comunicadores sociales y aproximadamente un 3% pertenece al gremio Cinematográfico.

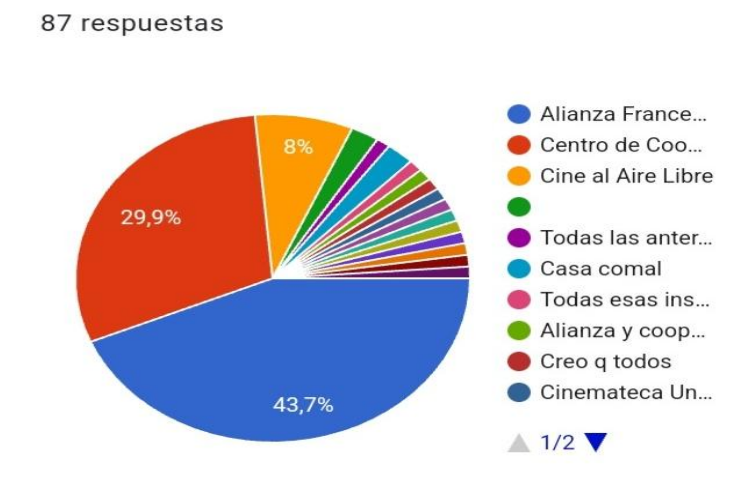
Figura 6: ¿Conoce la Cinemateca Universitaria Enrique Torres?



Fuente: elaboración propia (2,024)

En esta gráfica se observa el 47,8% si conocen la institución, pero el 52,2% no la conocen. Esto significa que existe mayor probabilidad de aumentar la promoción y difusión de la institución.

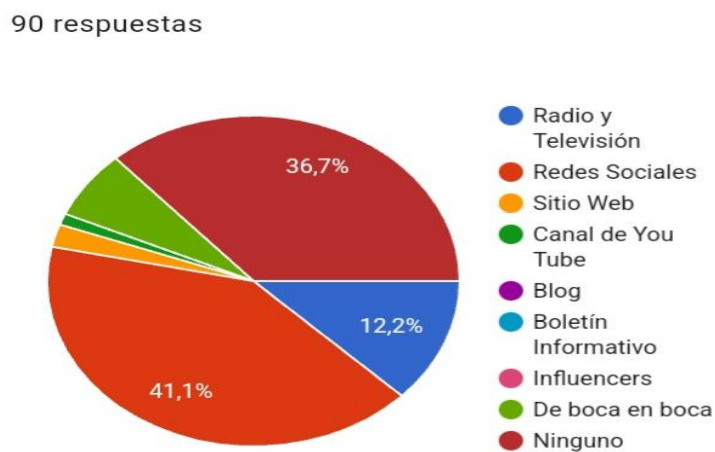
Figura 7: ¿Qué instituciones conoce que realice proyecciones de cine?



Fuente: elaboración propia (2,024)

Alianza Francesa obtuvo un 43,7%. Cooperación Española es conocida en un 29.9% y un 8% participa del Cine al aire libre. El resto se distribuye en instituciones como: Casa Comal, Instituto Italiano, Museo del Holocausto y Cinemateca Universitaria entre otros.

Figura 8: ¿En qué medios ha visto usted información de las proyecciones que realiza la cinemateca?

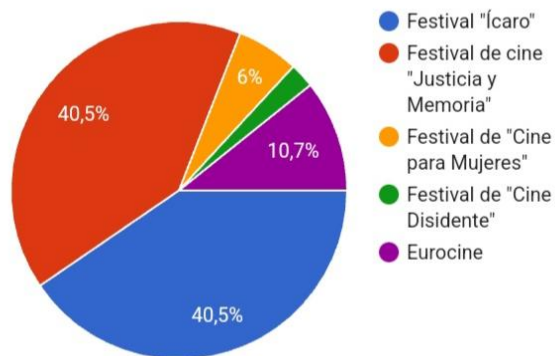


Fuente: elaboración propia (2,024)

Si el 41,1% corresponde a Redes Sociales, a pesar de que no tienen canal de *youtube*, ni sitio web actualizado. Esto significa que es el medio de mayor impacto para difundir información. El 36,7% no ha visto o percibido ninguna información y el 12,2% se ha enterado a través de la radio y la televisión. El resto pasa inadvertido.

Figura 9: ¿Qué muestras de cine conoce?

84 respuestas

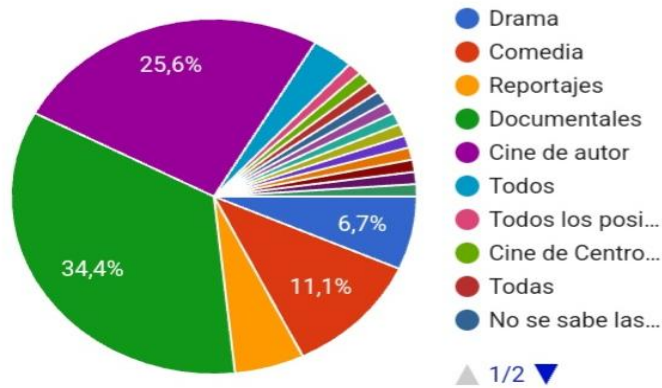


Fuente: elaboración propia (2,024)

Las muestras que más conocen los encuestados son: Festival Ícaro y Festival de Cine "Memoria y Justicia" que corresponde al 40,5%. Cabe mencionar que las mismas proyectan sus películas periódicamente. Un 10,7% asiste a la muestra de Eurocine y un 6% se familiariza con la muestra, reciente, para mujeres. No se menciona nada acerca del Festival Disidente. El fin de esta pregunta es encontrar puntos de activación BTL (*Below the line*) que significa una activación de marca para un público específico durante un período corto.

Figura 10: ¿Qué contenido le gustaría que proyectara la cinemateca?

90 respuestas

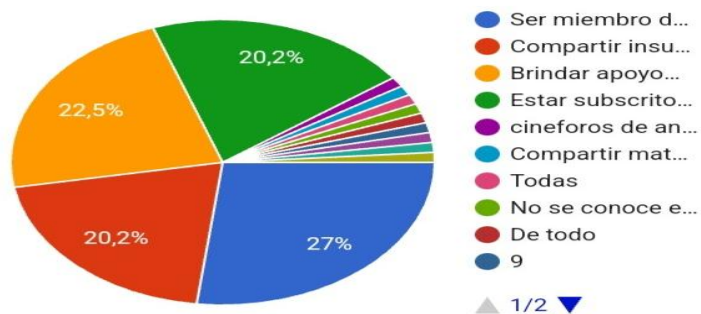


Fuente: elaboración propia (2,024)

El 34,4% dijeron que les gustaría se proyectara documentales. Un 25,6% prefiere Cine de Autor y 11,1% opinaron que comedia. Solo un 6,7% optó por el drama y el 22,2% asimilan cualquier contenido. Al formular esta pregunta se pensó en si el tipo de contenido proporcionaría a la cinemateca mejor audiencia, mejores relaciones y mejores estrategias comunicacionales.

Figura 11: ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera la cinemateca?

89 respuestas



Fuente: elaboración propia (2,024)

Al 27% de la población encuestada le gustaría hacer comunidad. Un 22,5% desea brindar apoyo y el 20,2% le interesa estar suscrito a una publicación especializada o tener acceso a los archivos que promueve la cinemateca. Esto denota qué posibles estrategias podrían proponerse dentro del Plan de Comunicación.

1.14 FODA comunicacional

"El análisis FODA constituye un marco analítico que permite identificar y analizar factores clave para el trabajo de la institución" (Byrnes, 2014)

Tabla 4 FODA

Fortalezas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Su misión y visión refleja objetivamente su que hacer. 2. Su imagen corporativa esta posicionada en redes sociales con 11,000 seguidores en Facebook y 724 en Instagram. 3. El personal que labora ahí es Comunicador Social.
Oportunidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyan todo tipo de proyectos cinematográficos. 2. Apoyan otras instituciones con material audio visual. 3. Comunican su legado histórico a las nuevas generaciones. 4. El personal está especializado en el área técnica de restauración de material filmográfico.
Debilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. No tienen plan de comunicación estratégica. 2. No actualizan su sitio web. 3. No cuentan con recursos para invertir en <i>Comunity Manager</i>.
Amenazas	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con presupuesto para desarrollar productos de comunicación. 2. No existe un departamento de comunicación. 4. No tienen aliados estratégicos. 3. Un 52,2% de los encuestados no conoce la Cinemateca. 4. La página de Facebook ha sido <i>hakeada</i>.

Fuente: elaboración propia (2,024)

1.15 Problemas detectados

La cinemateca universitaria "Enrique Torres" carece de un departamento de comunicación que se encargue de la promoción y difusión de sus acciones. No obstante, el manejo de su escasa Relación Pública se debe a que su personal es insuficiente para cubrir todas las funciones que desempeña esta entidad y por lo tanto, a cada miembro se le duplica las tareas a realizar.

El posible patrocinio que ésta pudiera obtener para realizar proyectos relacionados a la institución, primero debe pasar por un largo proceso burocrático que ralentiza cualquier iniciativa.

Otro problema es el presupuesto, este no ha tenido reformas desde hace 26 años y tampoco ha existido interés de quien asume la dirección de turno de Extensión Universitaria, por ampliar el mismo. Dos de sus ejes de trabajo (biblioteca y fototeca) están fuera de servicio y no cuenta con equipo sofisticado para realizar talleres de enseñanza-aprendizaje eficientes.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

En vista de que la comunicación interna de la cinemateca es mínima y posee un clima laboral hermético, se decidió trabajar desde la perspectiva de la comunicación externa. Después de analizar los factores que influyen en este tipo de comunicación, esta investigación centrará su atención en el tema de Relaciones Públicas y su gestión.

El identificar las causas que limitan este ámbito comunicacional, permitirá evaluar su sistema de comunicación y el desarrollo de sus procesos. De modo que sus efectos se verán reflejados en la creación de nuevas estrategias comunicacionales, entre ellas el fortalecimiento de sus aliados estratégicos.

1.17 Indicadores de éxito

Para medir el éxito de este proyecto se creará un listado de tareas con recursos clave y se dividirá las necesidades inmediatas en productos entregables de pequeño alcance. Además se calculará el tiempo de cada tarea para cumplir con los requerimientos de examen. Cabe resaltar que se aprovechará oportunidades de locomoción en actividades fuera del entorno de la Cinemateca.

1.18 Límites y alcances de la investigación

Esta investigación se realiza en Extensión Universitaria que se ubica dentro del Paraninfo Universitario, con el propósito de investigar cómo se gestiona la comunicación externa de la Cinemateca y el manejo de sus Relaciones Públicas, durante los meses de febrero y marzo.

Tiempo, contactos y recursos limitan el desarrollo de la investigación. Sin embargo, no son obstáculos que impidan el desarrollo de la misma; toda vez se definan correctamente los objetivos a ejecutar.

1.19 Cronograma del diagnóstico

Tabla 5 Cronograma diagnóstico

Cronograma de Actividades									
Actividad	Enero	Febrero				Marzo			
Semana	22 al 27	05 al 09	12 al 16	19 al 23	26 al 01	04 al 08	11 al 15	18 al 22	25 al 29
Propedéutico de Diagnóstico									
Búsqueda de Institución									
Carta de solicitud realizar EPS									
Carta aceptación Epecista									
Identificación Problema y objetivos									
Reunión presencial con asesora									
Realización de encuestas y tabulación de datos									
Trabajo de análisis y conclusiones									
Entrega de informe									

Fuente: elaboración propia (2,024)

1.20 Proyecto a desarrollar

Se diseñarán estrategias de comunicación plateadas dentro del plan estratégico desarrollado en la segunda fase del Examen Práctico Supervisado.

Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de comunicación

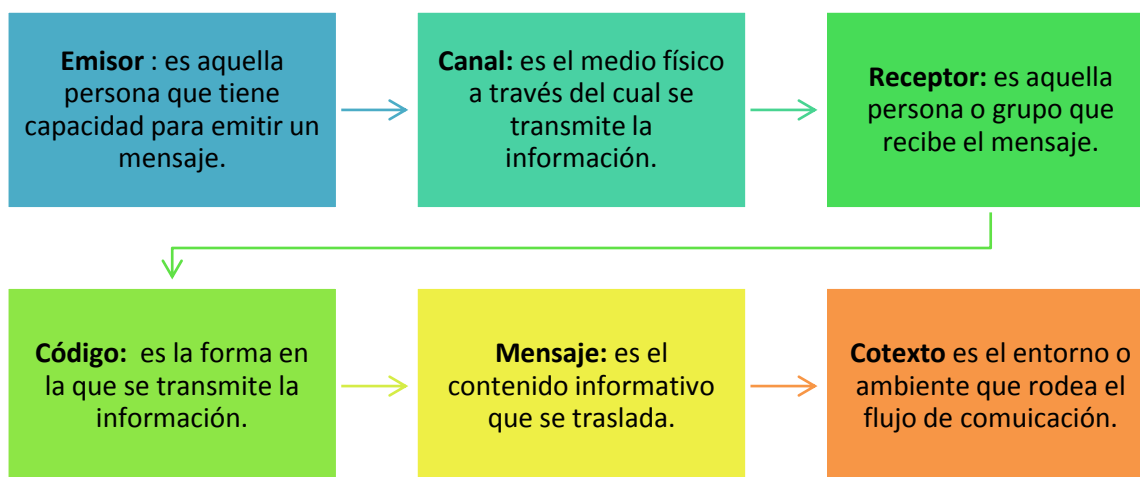
"Es un documento que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa." (Manuales Prácticos de la Pyme, 2009)

Es un documento que se genera como resultado del proceso de planeación estratégica de comunicación y que, en cualquier tipo de formato, especifica: Análisis de la situación y generación de diagnóstico de comunicación. Objetivos de comunicación. Públicos asociados a dichos objetivos de comunicación. Mensajes que han de transmitirse a los públicos identificados. Canales, medios, acciones, actividades o tácticas que deben implementarse para transmitir los mensajes establecidos a los públicos identificados, con el fin de lograr los objetivos de comunicación propuestos. Cronogramas, presupuesto e indicadores. (Saab, 2015, Pág. 78)

Según, (Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra, 2012). La mejor planificación es aquella que es sistemática; es decir, recopilar información, analizarla y aplicarla de forma creativa para el propósito específico de alcanzar un objetivo.

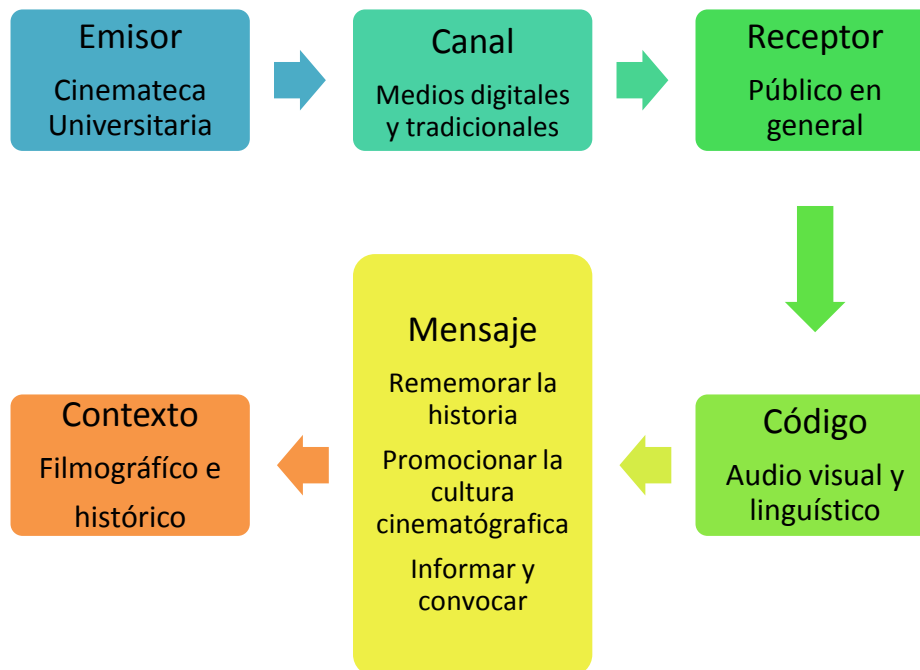
2.2 Elementos comunicacionales

Figura 12: Elementos comunicacionales



(Manuales Prácticos de la Pyme, 2009)

Figura 13: Elementos comunicacionales de la cinemateca



Fuente: elaboración propia (2,024)

De acuerdo a los (Manuales Prácticos de la Pyme, 2009). La comunicación externa se podría también llamar comunicación comercial pura, como toda comunicación contribuye a crear una imagen de la empresa, pero su objetivo en concreto es actuar sobre la imagen y posibilidad de venta de las marcas que crea la empresa.

2.3 Objetivos del plan de comunicación

General

Fortalecer el proceso de comunicación externa en la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres".

Específicos

- a. Potenciar la eficacia del contenido de las redes sociales.
- b. Mejorar los canales de comunicación externa.
- c. Visibilizar el trabajo técnico que realiza esta Institución.

2.4 Estrategia

“La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles” (Manuales Prácticos de la Pyme, 2009)

La estrategia define cómo y por qué van a conseguir el objetivo los componentes de la campaña. Una estrategia proporciona la guía y los mensajes clave de todo el programa, y también la razón para desarrollar las acciones y los componentes del programa que se ha planificado. (Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra, 2012, Pág. 162)

Para el presente trabajo, se desarrollará como estrategia el "Marketing emocional o de experiencia". De acuerdo a (Manuales Prácticos de la Pyme, 2009) El marketing emocional se centra en la gestión de las experiencias vividas por cada cliente con la marca y la empresa. En este sentido es fundamental crear un mundo para el cliente donde este participe.

2.5 Acciones o Actividades de la estrategia

Tabla 6 Táctica o acción No. 1

Objetivo Específico	Acciones	Actividades
Potenciar el contenido de las redes sociales.	Guía de contenidos para instagram	Propuesta de contenidos para instagram.
	Catálogo Digital Fotográfico	Catálogo digital fotográfico de piezas museográficas.
	Revista Digital Especializada	Convocatoria para escritores, columnistas y cineastas. Diagramación.

Fuente: elaboración propia (2,024)

Catálogo Digital Fotográfico

Estas fotografías son algunos ejemplos de las piezas que se encuentran en el museo, las cuales formarán parte de un catálogo en proceso de creación.

Figura 14: Fotografías de piezas museográficas



Carretes



Cámara y sonido



Proyector



Aparato para editar

Revista digital. Edición especial.

1. Creación de flyer
2. Circulación de flyer en redes sociales
3. Recepción de contactos
4. Recepción de colaboraciones
5. Diseño y diagramación
6. Impresión y entrega

Figura 15: Flyer de Convocatoria

Fuente: elaboración propia (2,024)



Tabla 7 Táctica o acción No. 2

Objetivo específico	Acciones	Actividades
Mejorar los canales de comunicación.	Material gráfico	Diseño e impresión de material gráfico: señalización, panel, cédulas y sabías qué.
	Activación "Festival de Junio"	Planificación de experiencia vivencial con objetos de época.

Fuente: elaboración propia (2,024)

Figura 16: Ejemplo de cédulas gráficas



Fuente: elaboración propia (2,024)

Figura 17: Ejemplo de texto que llevará el panel o gráfico impreso

Cinemateca Universitaria

"Enrique Torres"

La Cinemateca Universitaria de Guatemala fue fundada el 09 de marzo de 1970 mediante Acuerdo de Rectoría No. 7110, emitido por el Señor Rector Doctor Rafael Cuevas del Cid. Su objetivo ha sido vincular a la sociedad civil con esta entidad en lo político, social, económico y cultural.

En 1971, se estableció una Comisión Organizadora integrada por Guillermo Fernández Jurado, Director de la Cinemateca en Argentina y Enrique Torres coordinador y fundador de esta institución, quién ante su repentina muerte la cinemateca adoptó su nombre.

En 1983, Edgar Barillas realizó su trabajo de tesis: "Documentos fílmicos de la historia contemporánea de Guatemala" y observó la necesidad de resguardar los documentos fílmicos que se encontraban allí. Alertó a las autoridades de la universidad sobre el peligro de perderlos y prestó sus servicios ad-honórem.

Fue así como, ordenó sistemáticamente toda la información en torno a los nitratos: su origen, su estado y el análisis e interpretación de su contenido bajo la perspectiva de la crítica histórica y las ciencias sociales. Más adelante fue contratado para la plaza de asistente de medios audiovisuales.

Después, en 1984 la institución contrató a: Marisol Guirola como Coordinadora y a Genaro Cottom como Asistente de laboratorio quién, después, asumiría el cargo de director pues realizó estudios en la Filmoteca de la Universidad Autónoma de México de 1989 a 1990 donde obtuvo el crédito de Curador Restaurador Cinematográfico.

En consecuencia, con el apoyo de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se empezaron a recuperar rollos de películas clásicas realizadas en Guatemala, como "El sombrero", primer largometraje sonoro del país, creado en 1950 y restaurado en 1997" (Herrera López, 2014)

Actualmente, Walter Figueroa ha coordinado el área de patrimonio histórico o archivo general de películas en preservación, así como ha generado acciones para la Red de Archivos Audiovisuales de Centroamérica, tales como: talleres y congresos con una participación activa de sus colaboradores y ha dispuesto de las políticas y estrategias a desarrollarse en esta institución.

¡BIENVENIDOS!

Fuente: elaboración propia (2,024)

Ejemplo de cápsulas informativas gráficas

Estos datos se imprimirán sobre burbujas de pvc y serán colocadas en lugares específicos del museo.



Sabías qué: en 1972 se logró localizar y adquirir material fílmico guatemalteco, el material incluía algunos documentales de la época del presidente Jorge Ubico y algunos menos antiguos los cuales fueron enviados a México para ser restaurados y copiados



Sabías qué: el “*Tiflo-Cine*” está dirigido a personas no videntes y fue presentado con audio descripción de Belisario Reynoso, locutor de TVUSAC en la Biblioteca Luís Cardoza y Aragón con el filme “Los Domingos Pasaran”.

Ejemplo de activación con objetos de época

"Guatemala de ataño" es una proyección que se lleva a cabo, año con año, en la gran sala de Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias. Para la realización de esta activación se invitará al público asistente, a que se tome una fotografía y se sume a la página de Instagram durante el preámbulo de la actividad. Se necesitará:

Colocación de escenario con flores

- a. Banner de la institución
- b. Mesita de té
- c. Silla antigua
- d. Sombreros y plumas
- e. Abanicos
- f. Bastones
- g. Carretes
- h. Una amable sonrisa

Figura 18: Lobby Teatro Nacional



Tabla 8 Táctica o acción No. 3

Objetivo Específico	Acciones	Actividades
Visibilizar el trabajo técnico de la Institución.	Taller "Iniciación en el cine para niños"	Gestión de espacio, día y hora, traslado de equipo.
	Taller "Importancia de la imagen para la memoria histórica"	Gestión de espacio, día y hora, traslado de equipo.

Fuente: elaboración propia (2,024)

Tabla 9 Ficha técnica de taller para niños "Iniciación en el cine"

Estructura	
Grupo objetivo	Maestros y alumnos de 8 años en adelante
Tema a tratar	Como se hizo la primera imagen en cine
Duración	Dos horas
Promoción	Carta a un establecimiento educativo
Recursos	Libretas y lápiz , proyector, refacción
Lugar y hora	Paraninfo Universitario 10:00 am

Fuente: elaboración propia (2,024)

Tabla 10 Ficha técnica de taller "Importancia de la imagen para la memoria histórica"

Estructura	
Grupo objetivo	Maestros y jóvenes de 13 a 15 años
Tema a tratar	Por qué la imagen es importante para la memoria histórica
Duración	Dos horas
Promoción	Carta a un establecimiento educativo
Recursos	Libretas y lápiz , proyector, refacción
Lugar y hora	Parque "La Paz" Zona 21 10:00 am

Fuente: elaboración propia (2,024)

2.6 Público objetivo

El cine no tiene objeto si no se proyecta, en consecuencia quienes gozan de presenciar imágenes que evocan el pasado particularmente son: adultos y adultos mayores. Por eso, las

acciones aquí plateadas están dirigidas hacia un público que se encuentra entre los 40 y 60 o más años de edad.

2.7 Mensajes clave

"Cinemateca, un espacio que valora el pasado"

2.8 Indicadores de las acciones

Tabla II Indicadores de éxito

Acción	Indicadores
Material digital	
1. Cápsulas informativas para Instagram	El material realizado se compartirá en páginas culturales y grupos de <i>wath's up</i> que tenga público objetivo. Se medirá estadísticamente la recepción de dichos materiales e línea.
2. Catálogo Fotográfico y	
3. Revista Digital	
Impresiones gráficas	
1. Señalización	Después de colocar el material impreso dentro de las instalaciones del Museo, se pedirá la evaluación directa del coordinador y director de la Cinemateca.
2. Panel histórico	
3. Cédulas gráficas	
4. Banner distintivo	
Talleres informativos	
1. Taller de "Iniciación en el cine para niños".	Para estas actividades se les colocará el link de encuesta y se pedirá a los asistentes que respondan a través de la plataforma de <i>google</i> .
2. Taller "Importancia de la imagen para la memoria histórica"	

Fuente: elaboración propia (2,024)

2.9 Recurso Humano

1. Director Cinemateca
2. Directora Extensión Universitaria
3. Técnico Profesional I
4. Estudiantes ECC
5. Instaladores de material gráfico
6. Colaboradores columnistas

7. Maestros

2.10 Financiamiento y presupuesto

Los gastos y requerimientos para alcanzar los objetivos planteados en esta investigación, estarán a cargo de la estudiante de EPS.

Tabla 12 Presupuesto

Cantidad	Descripción	Precio U.	Total
3	Capsulas informativas digitales	Q 25.-	Q 75.00
1	Diagramación Catálogo Fotográfico	Q100.-	Q100.00
1	Diagramación Revista Edición Especial	Q200.-	Q200.00
1	Impresión Revista Edición Especial	Q127.-	Q127.00
8	Cédulas museográficas	Q 10.-	Q 80.00
3	Gráficos Informativos de pvc	Q100.-	Q100.00
1	Panel de 2x1 metros	Q128.-	Q128.00
1	Banner de 1x2 metros	Q 50.-	Q 50.00
	Gastos de Activación	Q 60.-	Q 60.00
	Gastos de Talleres Informativos	Q222.-	Q222.00
	Gasolina	Q100.-	Q100.00
	Gastos de Representación 300 horas	Q 5.-	Q1500.00
		Total	Q2742.00

Fuente: elaboración propia (2,024)

2.11 Beneficiarios

Quienes se beneficiarán de los servicios aquí plateados, son:

- a. Seguidores de las páginas Facebook e Instagram de esta institución.
- b. Público en general
- c. Público objetivo
- d. Empleados técnicos de la Cinemateca Universitaria
- e. Estudiantes de la Escuela de Comunicación
- f. Estudiantes de 2o y 3o Primaria
- g. Catedráticos

2.12 Áreas Geográficas de Acción

- a. Paraninfo Universitario
- b. Escuela de Ciencias de la Comunicación
- c. Centro Educativos Zona 1

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 13 Objetivo I

Objetivo 1 Especifico	Producto Comunicacional	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiario	Fecha
Potenciar sus redes sociales. Facebook, Instaran	Cápsulas Informativas para Instagram	Q75.-	Epecista	Espacio Virtual	Seguidores de redes	2a y 3a. semana Junio
	Catálogo Fotográfico	Q100.-	Epecista	Espacio Virtual	Seguidores de redes	
	Revista Digital Edición Especial	Q327.-	Escritores, Cineastas Epecista	Espacio Virtual	Seguidores de redes	

Fuente: elaboración propia (2,024)

Tabla 14 Objetivo II

Objetivo 2 Especifico	Producto Comunicacional	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiario	Fecha
Mejorar canales de comunicación.	Cédulas gráficas	Q100.-	Epecista Rotushop	Museo	Usuarios	1a. y 2a. semana de Julio
	Panel Informativo	Q128.-	Epecista Rotushop	Museo	Usuarios	
	Activación Teatro Nacional	Q60.-	Columnistas Escritores Cineastas	Teatro Nacional	Público en general	

Fuente: elaboración propia (2,024)

Tabla 15 Objetivo III

Objetivo 3 Especifico	Producto Comunicacional	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiario	Fecha
Visibilizar el trabajo técnico de esa Institución.	Taller para niños "Iniciación del cine"	Q116.-	Técnico I Maestros Epecista	Paraninfo Universitario	Estudiantes Colegio Las Américas	3a. y 4a. semana de Julio
	Taller para jóvenes "Importancia de la imagen para la memoria histórica"	Q106.-	Técnico I Maestros Epecista	Parque "La Paz" Zona 21	Maestros niños	

Fuente: elaboración propia (2,024)

2.14 Cronograma del Plan de Comunicación

Tabla 16 Cronograma plan de comunicación

Cronograma de Actividades										
Actividad	Mayo	Junio				Julio				Agosto
Semana	28	3-08	10-14	17-21	24-28	1-05	8-12	15-19	22-26	15
Entrega Plan Estratégico										
Activación Actividad Especial										
Diseño y edición de material impreso										
Diseño y edición de material digital.										
Diseño y gestión de talleres										
Informe Final										

Fuente: elaboración propia (2,024)

Capítulo 3

Ejecución del plan de Comunicación

3. Informe de ejecución

Las acciones aquí realizadas fueron pensadas y ejecutadas de acuerdo a algunas debilidades y carencias con que cuenta la cinemateca. Estas acciones forman parte de la estrategia comunicacional de marketing emocional, que se basa en reforzar la imagen de la institución y brindar experiencias especiales a la audiencia.

Tabla 17 Ejecución objetivo I

Objetivo Específico	Acciones	Actividades
Potenciar el contenido de las redes sociales.	Guía de contenido para Instagram	Propuesta de contenido para Instagram.
	Catálogo Fotográfico	Diseño y digitalización de piezas museográficas.
	Revista Digital Edición Especial	<i>Flyer</i> de convocatoria a escritores, columnistas y cineastas, creación, planificación y diagramación de revista.

3.1 Guía de contenidos para Instagram

Se utilizó "canva" para diseñar tres publicaciones. Se sugirió color, figuras y contenido.

Objetivo. Potenciar la eficacia del contenido en las redes sociales.

Medio utilizado. Se utilizó cámara fotográfica, teléfono y aplicaciones como: "canva" e "in shot", así como opciones propias de Instagram.

Resultados obtenidos o esperados. La agenda de contenidos incluyó información de conocimiento general respecto al cine y su origen, y también en cuanto a la función social que realiza la cinemateca. Se entregó una carpeta con material disponible para subir a la red.

Evidencia del material:



Figura 19: Post Conoce la Cinemateca



Figura 20: ¿Sabías qué?



Figura 21: Flyer "Visita nuestro museo"

3.2 Catálogo Fotográfico "Florencio Godoy"



La Cinemateca "Enrique Torres" cuenta con un museo, el cual carece de información museográfica.. Por esta razón se diseñó un catálogo fotográfico.

Objetivo: Mejorar los canales de comunicación.

Medio utilizado: Fotografías, datos de las piezas museográficas, *publisher* y plataforma *issuu* de publicación.

Presupuesto utilizado: Q100.00

Evidencia del material:

<https://issuu.com/cineguatemalteco/docs/>

Figura 22: Portada Catálogo

3.3 Creación de Revista "Cinemateca 54"

Esta institución tampoco posee una revista especializada con temas de interés acerca del cine guatemalteco.

Objetivo: Mejorar los canales de comunicación.

Medio utilizado: diseño y diagramación, impresión y publicación, *publisher*, *canva*, y plataforma *issuu* de publicación.

Presupuesto utilizado: Q200.00

Resultados obtenidos o esperados:

Evidencia del material: https://issuu.com/cineguatemalteco/docs/cinemateca_54_i_1



Figura 18. Flyer Revista

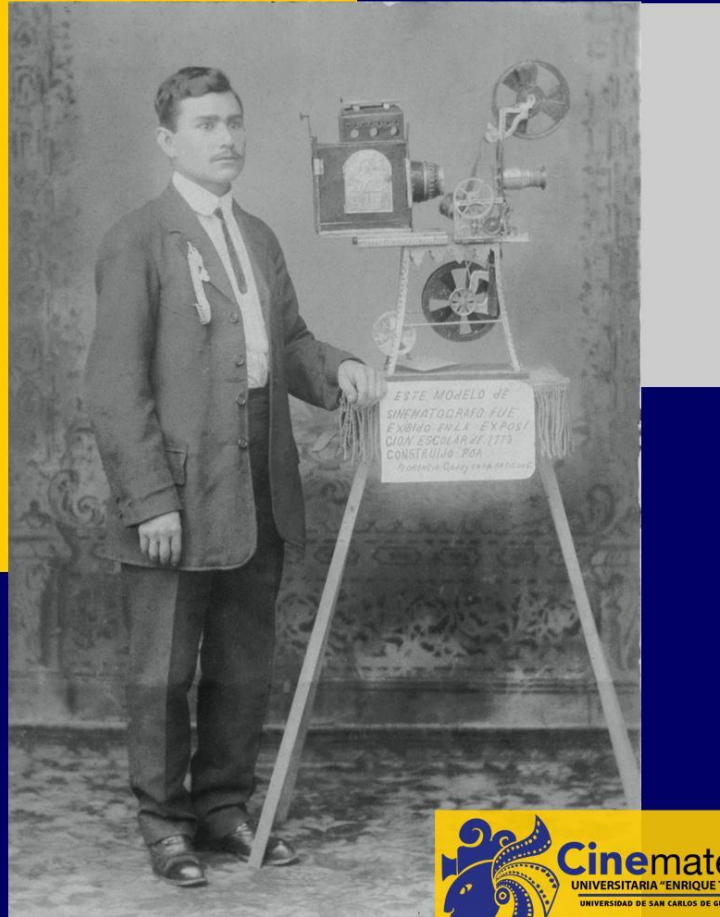
Figura 23: Portada Catalogo Museográfico



Figura 24: Portada Revista

Cinemateca 54

EDICIÓN ESPECIAL



UN ESPACIO QUE VALORA EL PASADO



Figura 25: Página Red de Gestores Culturales

Red de Gestores Culturales >

🌐 Grupo público · 992 miembros



Figura 26: Página Actividades culturales de Guatemala

Actividades culturales y varias de Guatemala >

🌐 Grupo público · 558 miembros



Figura 27: Página Lecturas en Movimiento y Solidaridad

REDLEEMOS Lecturas en Movimiento y Solidaridad >

🌐 Grupo público · 669 miembros

Tabla 18 Ejecución objetivo II

Objetivo Específico	Acciones	Actividades
Mejorar los canales de comunicación.	Material gráfico informativo	Diseño e impresión de material gráfico: Señalización, Panel, cédulas y sabías qué.
	Activación "Festival de Junio"	Planificación de experiencia vivencial con objetos de época.

3.4 Material gráfico informativo

En esta etapa se diseño, diagramó e imprimió material que incluye señalización gráfica, panel informativo acerca del inicio y fundación de la cinemateca, gráfico "sabías qué" el cual tiene como fin llamar la atención del lector hacia el dato curioso. Además se incluyó un catálogo de piezas que se encuentran dentro del museo y también se realizó una convocatoria para participar en la revista "Cinemateca 54, edición especial".

Objetivo: mejorar los canales de comunicación externa.

Medio utilizado

Cámara fotográfica para obtener imágenes de las piezas museográficas, llamadas telefónicas para gestionar a los colaboradores de la revista, redes de Facebook e Instagram para convocar a escritores, periodistas y cineastas guatemaltecos, y servicios de impresión de copicetro.

Presupuesto utilizado: Q358.00

Resultados obtenidos o esperados

Este material gráfico se colocó de acuerdo a la pieza de museo que corresponde y tanto el catálogo como la "Revista Cinemateca 54, edición especial" se entregó impresa y digital.

Evidencia del material

Figura 28: Cédulas museográficas





Figura 29: ¿Sabías qué?



Figura 30 Panel histórico

3.5 Activación "Festival de Junio"

El Teatro Nacional Miguel Angel Asturias, ha realizado durante 19 años un festival artístico cultural durante el mes de junio y desde años atrás la Cinemateca ha participado con la proyección "Guatemala en el tiempo".

Objetivo. Visibilizar el trabajo técnico que realiza esta Institución.

Medio utilizado. Cámara fotográfica, teléfono, banner publicitario, juego de mesa y silla de té, sombreros de ataño. Código QR.

Presupuesto utilizado: Q60.00

Resultados obtenidos o esperados. Se logró incrementar los seguidores de las páginas de Facebook e Instagram

Evidencia del material:



Figura 31: Activación Festival de Junio



Figura 32: Activación Festival de Junio

Tabla 19 Ejecución objetivo III

Objetivo Específico	Acciones	Actividades
3. Visibilizar el trabajo técnico de la Institución.	Taller "Iniciación en el cine para niños"	Gestión de espacio, día y hora Traslado de equipo
	Taller "Importancia de la imagen para la memoria histórica"	Gestión de espacio, día y hora Traslado de equipo.

3.6 Talleres informativos

Para llevar a cabo este objetivo se programó dos talleres y una proyección filmográfica.

Objetivo: visibilizar el trabajo técnico que realiza esta Institución.

Medio utilizado

Carta de solicitud de espacio en el Parque "La Paz" Zona 21, Carta de solicitud para la participación de estudiantes de primaria del Colegio "Las Américas", gestión y solicitud de espacio en el pasillo del Paraninfo Universitario.

Presupuesto utilizado: Q322.00

Resultados obtenidos o esperados:

Asistieron 30 niños al taller de "Iniciación en el cine" y 30 jóvenes al taller "Importancia de la imagen para la memoria histórica". Participaron activamente de acuerdo a las preguntas que se hicieron, desarrollaron una manualidad por grupo. Los más pequeños elaboraron un tauroscopio y los grandes trabajaron un folioscopio.

Evidencia del material:

Figura 33: Alumnos Colegio Las Américas





Figura 34: Taller "Iniciación en el cine"



Figura 35: Elaboración de Folioscopio



Figura 36: Taller "Importancia de la imagen en la memoria histórica"

3.7 Cronograma

Tabla 20 Cronograma ejecución del plan de comunicación

Cronograma de Actividades																
Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Gestión de contactos	■	■	■													
Monitoreo de contactos				■	■											
Diseño de material gráfico						■	■									
Impresión material gráfico								■	■							
Diagramación Revista y Catálogo										■	■					
Impresión Revista y Catálogo												■	■			
Plan y Gestión de talleres														■	■	
Ejecución de talleres															■	
Entrega informe de estrategia															■	

Conclusiones

1. Se identificaron causas de comunicación externa, por lo que se gestionó relaciones públicas con personas influyentes del gremio cinematográfico para la realización de la Revista Digital "Cinemateca 54" edición especial.
2. También, se posicionó marca en espacios como el Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias a través de su clásica proyección "Guatemala en el tiempo"; Paraninfo Universitario y Parque "La Paz" zona 21 en los cuales se desarrollaron talleres pedagógicos e informativos.
3. Además, se identificó qué factores influyeron en la proyección de la imagen de la cinemateca, por lo que se trabajó una línea gráfica de señalización e información dentro de la instalación del Museo.

4. A pesar de no contar con alianzas estratégicas institucionales, la cinemateca se apoya de epecistas en las áreas académicas de diseño gráfico, historia, antropología, museografía y comunicación.
5. Trabajar a través de la imagen, es crear posibilidades de diálogo, relaciones y procesos de avance en la cultura y en la comunicación externa, de forma permanente con todos los públicos a los que se dirige esta institución.

Recomendaciones

1. Se recomienda la creación de un club de voluntarios para agilizar procesos de mejora y avance institucional.
2. Se recomienda una agilización de redes sociales para mejoras en cuanto a su proyección y difusión.
3. Se recomienda al equipo de asesores de EPS la autorización de socializar proyectos realizados por estudiantes epecistas, previo al examen final, con objeto de conocer ideas innovadora

Referencias Bibliográficas

- Albarrán Oscós, L. (1977). *Métodos de Investigación en Comunicación Organizacional*. México: Trillás.
- Alonzo Vásquez, M. A. (2011). *Estrategia Comunicacional para la Cinemateca*. Guatemala: Universidad Galileo.
- Barillas, E. (1985). *Perspectivas para producir cine*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.
- Byrnes, J. A. (2014). *¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación social?* Oxfam-Québec. Lima, Perú: Servicios Gráficos Goicochea E.I.R.L.
- Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra. (2012). *Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas*. Madrid, España: PEARSON, EDUCACIÓN, S.A.
- Díaz, Y. (2001). *Diagnóstico Organizacional de las Comunicaciones*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/diaz_gy/Cap3.PDF.
- DIGEUI, D. G. (s.f.). Manual de Organización Cinemateca "Enrique Torres". Guatemala.
- Folgar Zuñiga, N. E. (1998). *Perspectivas para producir cine en Guatemala*. Guatemala: Usac.
- Folgar, N. (1998). *Perspectivas para producir cine en Guatemala*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.
- Francés, A. (2001). *Estrategia para empresas de América Latina*. IESA.
- Gestiopolis. (2000). *Métodos y Técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>.
- González, A. K. (2020). *Manual para elaborar y presentar la tesis*. Guatemala: M&G.
- Hernández, R. L. (2000). *La investigación en la comunicación organizacional*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Herrera López, C. A. (2014). *Material gráfico y audiovisual que ayude a promover e informar sobre la Cinemateca "Enrique Torres"*. Guatemala: Usac.
- Manuales Prácticos de la Pyme*. (2009). Obtenido de Portal de Bic Galicia - <http://www.bicgalicia.es> -.
- Saab, A. A. (2015). *Plan Estratégico de Comunicación*. Catalunya, España: Editorial UOC.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.

Anexos

Guía de Observación Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura – EPSL 2024 Instrumento elaborado por Brenda Yanira Chacón Arévalo

- Observe, analice y documente con imágenes y notas

Nombre de la institución: Cinemateca Universitaria Enrique Torres

Dirección de la institución: Extensión Universitaria

Fechas de observación: Febrero 05 al 15

Nombre del observador: Aisza Zuzara Arreaga Alonzo

Áreas a observar:

- Identidad corporativa
- Identidad visual
- Ecosistema digital
- Bienes tangibles
- Gestión de comunicación interna
- Gestión de la comunicación externa
- Clima laboral
- Responsabilidad social y empresarial
- Manejo y Gestión de Crisis

Identidad o Cultura Corporativa: Permite conocer la estructura de la organización, políticas y filosofía.

Variables a observar	Si	No	Notas de lo observado
Nombre/			Cinemateca "Enrique Torres"
Historia	X		Se logró identificar que está en el Manual de Organización del Digeu
Misión	X		Manual de Organización
Visión	X		Manual de Organización
Objetivos institucionales o corporativos	X		Manual de Organización
Valores y principios		X	No visibles
Slogan	X		Manual de Organización
Organigrama	X		Manual de Organización
No. de empleados			
Código de ética/normativo	X		Manual de Organización

interno			
Documentos legales	X		Manual de Organización

Competencia: Alianza Francesa, Centro de Cooperación Española, Municipalidad de Guatemala.

Alianzas estratégicas: públicos

Internos	TV Usac, Radio Usac, Estudiantes Universitarios
Externos	Profesionales del gremio cinematográfico que documentan sus películas. Público en general
Primarios	
Secundarios	
Aliados	
Adversarios	

Identidad Visual/Branding

Posee identidad visual, pero sólo un grupo de personas relacionadas con el arte y la cultura la reconocen como una institución necesaria e importante dentro del acervo cultural del país.

Variable a observar	Si	No	Notas
Logotipo/Marca	X		
Pantone	X		Blanco, azul, celeste
Tipografía definida en todas las comunicaciones y canales digitales y tradicionales	X		Arial
Manual o guía de identidad visual		X	

Ecosistema digital

Variable a observar	Si	No	Notas
Página <i>web</i>	X		
Estrategia digital		X	Se publica según el momento coyuntural
Redes sociales			
<i>Facebook</i>	X		
<i>Instagram</i>	X		
<i>Tik tok</i>		X	
<i>LinkedIn</i>		X	
Correos institucionales	X		Se hace uso, eventualmente.

WhatsAPP Bussiness ChatsBots		X	
Recurso humano CM Project Manager Video/fotografía	X X X	X	Cuenta con dos técnicos en restauración, quienes hacen publicaciones en redes sociales periódicamente.
Recursos tecnológicos	X		

Elementos materiales/tangibles

Materiales • Tecnología • Instalaciones • Recursos financieros

Variable a observar			Notas
Tecnología			
-Instalaciones propias, alquiladas Construcción formal -Después de la pandemia hubo algún cambio en la gestión del trabajo (presencial- teletrabajo) -Las instalaciones están en área geografía adecuada, segura, accesible. -Señalética apropiada según códigos y símbolos internacionales y circunstanciales como COVID19 y seguridad industrial			-Instalación propia de construcción formal. -Se realizó aproximadamente 50 programas de entrevistas y cultura general a través de FB. -Las instalaciones esta en un área geográfica accesible pero no es muy segura.
Recursos financieros			Presupuesto Limitado

Gestión de la comunicación:

Nivel estratégico

Variable a observar	Si	No	Notas
Plan estratégico de comunicación/PEI		X	
Departamento de Comunicación		X	

- Comando o instrucción

Ruidos y Barreras

Variable observar	Si	No	Notas
Ruidos y Barreras Ambientales	X		Existe contaminación ambiental debido a muebles, archivos y aparatos en desuso.
Psicológicos		X	Carece de personal para realizar tareas de comunicación.
Administrativos	X		No tienen sistemas sofisticados de comunicación.
Tecnológicos/físicos			

CLIMA LABORAL y CULTURA ORGANIZACIONAL

Clima laboral o clima organizacional (diseño ambiente que analiza el estado de ambiente, diálogo organizacional, sentimientos, emociones, motivación, conductas).

Se percibe un clima laboral rígido. Los empleados se comunican informalmente y ejecutan sus atribuciones de rutina. Al momento de solicitar información, rápidamente remiten al encargado o director de ese departamento. Se comunican poco con las demás dependencias (TV Usac y Radio Usac) Su mejor motivación es el salario justo que devengan con sus pertinentes prestaciones. Respecto a sus aliados, la expresión del director fue negativa. Para él no existe solidaridad entre colegas y miembros de su gremio.

Variable observar	Si	No	Notas
Sentido de pertenencia	X		
Liderazgo	X		
Participación y trabajo en equipo	X		
Manejo del rumor	X		
Promoción de la cultura organizacional			A veces.
Estabilidad laboral		X	
Servicios salud integral		X	

Beneficios de ley	X		Es una institución es autónoma que brinda prestaciones en ley.
Beneficios adicionales a ley		X	
Seguridad Industrial	X		A veces. En ocasiones han permitido realizar prácticas a los Bomberos voluntarios
Capacitaciones	X		
Políticas de desarrollo laboral	X		
Incentivos económicos /premios y reconocimientos por logro de objetivos		X	
Celebraciones internas	X		Aniversario 50 años. Video Conciertos.
Política de puertas abiertas	X		Apoyo a estudiantes, visita al Museo, dar a conocer el trabajo de la unidad
Manuales de funciones actualizados		X	Desactualizado
Ambientes de trabajos adecuados	X		
Código de Ética	X		
Código de vestuario (uniforme)		X	Excepto en actos protocolares.

Comunicación Externa
Ámbito de Comunicación Externa

Variable a observar	Si	No	Notas
Campañas de comunicación a través de medios masivos (radios, prensa, tv, internet, revistas especializadas)		X	Sólo radio e internet.
Mensajes Clave, Hastags Tono de mensajes		X	
Campaña digital a través de redes sociales		X	
Redes sociales: Observar y analizar tono de mensajes, como se explica en el documento.	X		El tono de mensajes es de carácter informativo.

Revistas digitales		X	
Canal de TV		X	Se desaprovecha la red, pues no poseen canal de You Tube
Radio en línea o programas de radio	X		Solo a través de Radio Usac. Un programa específico.
Blogs informativos		X	
Campaña de Relaciones Públicas		X	
Campañas de comunicación o RRPP a través de medios alternativos: (congresos, simposios, patrocinios, ferias, activaciones BTL)	X		-Se ha realizado algunos congresos y simposios, eventualmente. -No BTL o Stand en eventos ajenos a la institución.

Ámbito de Responsabilidad Social Empresarial

Variable a observar	Si	No	Notas
Estrategias de responsabilidad social empresarial	X		Proyecciones para personas no videntes.
Patrocinios		X	Eventualmente.
Donaciones	X		De Laboratorio Biotec
Alianzas con sector social y educativo, ambiental, cultural	X		Red Cinematográfica de Centro América y del Caribe

Manejo de Crisis

Variable a observar	Si	No	Notas
Estrategia para manejo de crisis		X	Prácticas de Bomberos Voluntarios.
Manual de Crisis		X	
Otros			

Encuesta en línea

Lea detenidamente las siguientes interrogantes y llene el cuadro con una "x" en la respuesta que corresponda.

1. Su edad está dentro del rango de:
 - a. 20-30
 - b. 30-40
 - c. 40-50
 - d. 50 o más

2. ¿Con cuál de estas categorías se identifica?
 - a. Estudiante universitario
 - b. Gremio cinematográfico
 - c. Comunicador (a) social
 - d. Público en general

3. ¿Conoce la cinemateca universitaria Enrique Torres?
 - a. Si
 - b. No

4. ¿Sabe cuál es la función social de la cinemateca?
 - a. Proyectar películas patrimonio de la nación
 - b. Restaurar películas antiguas
 - c. Promover foros, talleres, conversatorios alrededor del cine
 - d. Todas

5. ¿Qué instituciones conoce usted que realice proyecciones de cine?
 - a. Alianza Francesa
 - b. Centro de Cooperación Española
 - c. Circuitos comerciales de cine
 - d. Otros

6. ¿Qué muestras de cine conoce?
 - a. Festival de cine "Justicia y memoria"
 - b. Festival Ícaro
 - c. Eurocine
 - d. Festival de cine para mujeres
 - e. Festival de cine del orgullo disidente

7. ¿En qué medios de difusión ha visto usted, información de las proyecciones que realiza la cinemateca?
- a. Radio y Televisión
 - b. Redes sociales
 - c. Sitio web
 - d. Boletín informativo
 - e. Influencers
 - f. Blog
 - g. De boca a boca
8. ¿Qué contenido le gustaría que proyectara la cinemateca?
- a. Drama
 - b. Comedia
 - c. Reportajes
 - d. Documentales
 - e. Cine independiente
9. ¿Qué servicios le gustaría que ofreciera la cinemateca?
- a. Ser parte de una comunidad
 - b. Brindar insumos fílmicos
 - c. Foros, conversatorios, talleres
 - d. Suscripción de una revista
 - e. Otros



Informe del Detector de Plagio Viper

Informe Cinemateca.pdf escaneado Oct 20, 2024

Porcentaje Total

9%

6.7%

ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL DE ORGAN...

<https://ddo-nuevo.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2>

1.4%

¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicació...

<https://cng-cdn.oxfam.org/peru.oxfam.org/s3fs-public>

0.6%

Enfoques cualitativos y cuantitativos por Hern...

https://www.academia.edu/33365871/Enfoques_cua

0.2%

Diagnóstico organizacional: Métodos y técnic...

<https://es.linkedin.com/pulse/diagn%C3%B3stico-or>

0.0%

Comunicación Estratégica VS. Estrategia de I...

<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/12>



Registro de Horas de práctica

Nombre Estudiante: Aisza Zuzara Arreaga Alonzo
Registro Académico: 9210333
Jefe o Encargado (a): Licenciado Jorge Corleto
Institución o Empresa: Cinemateca Universitaria Enrique Torres
Supervisor de EPSL: Licenciada Brenda Chacón

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 1 al 3	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Descripción de las actividades realizadas durante la semana: Solicitud Instituciones	
2	Del: 5 al 10	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Diseño de Gráficos	
3	Del: 12 al 17	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Impresión de Gráficos	
4	Del: 19 al 24	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Gestión Contactos	
5	Del: 26 al 1	Junio/Julio	4	4	4	4	4	4	24	Activación Teatro Nacional	



Registro de Horas de práctica

Nombre Estudiante: Aisza Zuzara Arreaga Alonzo
Registro Académico: 9210333
Jefe o Encargado (a): Licenciado Jorge Corleto
Institución o Empresa: Cinemateca Universitaria Enrique Torres
Supervisor de EPSL: Licenciada Brenda Chacón

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 1 al 3	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Descripción de las actividades realizadas durante la semana: Solicitud Instituciones	
2	Del: 5 al 10	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Diseño de Gráficos	
3	Del: 12 al 17	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Impresión de Gráficos	
4	Del: 19 al 24	Junio	4	4	4	4	4	4	24	Gestión Contactos	
5	Del: 26 al 1	Junio/Julio	4	4	4	4	4	4	24	Activación Teatro Nacional	

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 7 al 12	Agosto	4	4	4	4	4		20	Descripción de las actividades realizadas durante la semana: Impresión Revista	
2	Del:	Agosto	4	4	4	4	4		20	Actualización Redes	
3	Del:	Agosto	4	4	4	4	4		20	Realización Taller Jóvenes	
TOTAL HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS 300											

Nota: Diariamente puede ser registradas de 1 a 8 horas de trabajo virtual o presencial


Nombre, Firma y sello
Jefe encargado
Lic. Javier Corleto
Director Cinemateca
Universitaria Enrique
Torres - USAC


Firma
Supervisor/a EPSL