

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



**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación externa para el desarrollo del
contenido audiovisual informativo en redes sociales en Flacso Guatemala**

Elmer Adrián Hernández González

Guatemala, octubre 2020

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

**Diagnóstico y Estrategia de Comunicación externa para el desarrollo del
contenido audiovisual informativo en redes sociales en Flacso Guatemala**

Elmer Adrián Hernández González

**Previo a optar el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor:

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Guatemala, octubre 2020

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Licda. Krista Ramírez

Supervisora

Licda. Brenda Yanira Chacón

Supervisores

Lcdo. Mynor Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Elmer Adrián Hernández González
Carné no. 201216789
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 externa para el desarrollo de contenido audiovisual informativo en redes sociales en Flaco Guatemala.”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lcdo. Fernando Lucero
Supervisor

M.A. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 21 de mayo del 2020
EPSL-C42-2020

Licenciado:
Virgilio Reyes
Director de Flacso
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado Reyes:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Elmer Adrián Hernández González**, carné no. **201216789** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual*, no *presencial*, en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,



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

cc. Recursos Humanos Flacso
MA. Evelin Morazán

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Facultad
Latinoamericana de
Ciencias Sociales
Sede Guatemala

Guatemala, 30 de julio de 2020
Oficio DIR-060-2020

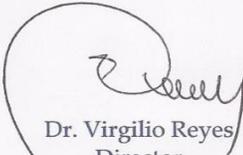
Doctor
José María Torres Carrera
Coordinador EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
ECC, USAC

Doctor Torres:

Tengo el gusto de comunicarle que autorizo al estudiante **Elmer Adrián Hernández González**, con carné No. 201216789, a efectuar su práctica supervisada, de forma virtual, no presencial, en esta institución, para lo cual estará en contacto con nuestro coordinador de Comunicación, Eric Salazar Monzón, quien le facilitará los materiales y medios que requiera el estudiante para cumplir con los objetivos de su práctica.

Al reiterarle mis respetos, aprovecho para saludarlo.

Atentamente,



Dr. Virgilio Reyes
Director
FLACSO-Guatemala



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

Dedicatoria

- A Dios:** Al único Dios que todo lo puede, todo lo sabe y que me guía en todo momento.
- A mis Padres:** Adrián Hernández y Zoila González de Hernández por inculcarme los valores que tengo por todo su apoyo, consejos y conocimiento que aportaron en el crecimiento de mis sueños y metas.
- A mis Hermanas:** Magali Hernández (Maga) y Andrea Hernández (Yeya) por su cariño, apoyo y por todo lo que hemos compartido juntos. Las quiero un montón.
- A mis Sobrinos:** Daniela Carranza e Ian Pérez por volver a soñar como un niño y enseñarme el amor de tío.
- A mis Amigos:** Que compartimos risas, batallas, logros juntos y más allá de la amistad a Carolina Castro, Melvin Solís, Nancy Martínez, Carlos Marín, Evigan Cruz, Breyani Reyes, Cristian Martínez, Dimas Hernández, Ingrid Joaquín, Ana Lucia Villagrán, Jimmy Young, Ligia Paola Morales, Ingrid Mijangos, Nancy Barrera, Susana Tetzagüic, José Luis Santana, Silvia Ramírez, Yesenia Sucuquí, Alex Yantuche, Ludin Solís, Kevin Yantuche.
- A la Universidad de San Carlos de Guatemala:** Por permitirme alcanzar mis metas en la tres veces centenaria universidad y la más grande entre las del mundo.

Agradecimientos

- A Dios:** Por su cuidado, amor y permitirme alcanzar todo aquello que he puesto en sus manos. Todo lo puedo en Cristo que me fortalece Filipenses 4:13.
- A la Escuela de Escuela de Ciencias de la Comunicación:** Por darme la oportunidad de ser un profesional.
- A mis catedráticos:** Por brindarme el conocimiento y la formación en todos estos años en mi vida universitaria.
- Al equipo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura:** Por su apoyo, entrega y motivación para concluir mi EPS en especial al Lcdo. Fernando Lucero por su asesoría y al Dr. José Torres, M.A. Evelin Morazán por el profesionalismo y formación humana impartida.
- A la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Guatemala:** Por brindarme la oportunidad de realizar mi EPS en especial a Erick Salazar.
- A Guatemala:** Por el aporte en mis estudios.
- A todo:** Aquel que lea este documento y que sea de ayuda a su investigación.

Índice

Introducción.....	i
Antecedentes.....	ii
Justificación.....	iii
1 La institución.....	1
1.2 Perfil Institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.4 Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.5 Origen e Historia.....	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	3
1.7 Organigrama.....	4
1.8 Misión.....	5
1.9 Visión.....	5
1.10 Objetivos institucionales.....	5
1.11 Público Objetivo.....	6
1.12 Diagnóstico.....	6
1.12.1 Diagnóstico de comunicación.....	6
1.12.2 Objetivos.....	7
1.12.3 Objetivo General.....	7
1.12.4 Objetivos Específicos.....	7
1.12.5 Tipos de investigación.....	7
1.12.6 Enfoque de la investigación.....	9
1.13 Técnicas de Recolección de datos:.....	10
1.13.1 Observación.....	10
1.13.2 Documentación.....	12
1.13.3 Entrevistas.....	12
1.13.4 Encuestas.....	12
1.13.5 Muestra.....	13
1.14 Interpretación de Resultados (Gráficas).....	14
1.15 FODA.....	24
1.16 Problemas Detectados.....	25
1.17 Planteamiento del problema comunicacional.....	25
1.18 Indicadores de Éxito.....	26

1.19 Proyecto a desarrollar	26
Capítulo 2	27
2. Plan estratégico de comunicación.....	27
2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación	27
2.2 Objetivos de la Estrategia	27
2.2.1 Objetivo General.....	27
2.2.2 Objetivos Específicos	27
2.3. Visión.....	28
2.4. Misión	28
2.5 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.....	28
2.5.1 Comunicación.....	28
2.5.2 Elementos de la comunicación	29
2.5.3 Comunicador	29
2.5.4 Perceptor.....	29
2.5.5 Mensaje.....	29
2.5.6 Canal	30
2.5.7 Código	30
2.5.8 Contexto.....	30
2.5.9 Retorno	31
2.5.10 Comunicación Organizacional	32
2.6 Alcances y límites de la Estrategia	33
2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación.....	34
2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia.....	34
2.8.1 Propuesta 1: Video informativo de la institución Flacso Guatemala	34
2.8.2 Propuesta 2: Video del Programa de Estudios de Género y feminismos de Flacso Guatemala.....	34
2.9 Cronograma	35
2.10. Financiamiento	36
2.11. Presupuesto.....	36
2.12. Beneficiarios.....	36
2.13. Recursos Humanos	37
2.14. Áreas Geográficas de Acción	37
2.15. Cuadro Comparativo de Estrategias.	37

Capítulo 3	39
3. Informe de la ejecución	39
3.1 Estrategia No.1	39
3.2 Estrategia No. 2	40
3.3 Actividad y calendarización	42
3.4 Conclusiones.....	45
3.5 Recomendaciones	46
Fuentes Consultadas	47
Referencias bibliográficas	47
E-grafía	48
ANEXOS:.....	49
.....	53

I. Introducción

Este trabajo de investigación da a conocer el diagnóstico de comunicación en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

FLACSO es una institución de carácter regional y autónoma, se encuentra ubicada en 18 países, de los cuales uno de ellos es Guatemala. Sus principales objetivos son la enseñanza y la investigación. Según sus actividades académicas FLACSO es definida como una unidad sistemática la cual integra tres ejes: investigación, docencia, e incidencia

En las organizaciones hay diversas maneras para comunicar por lo tanto se debe considerar a la comunicación como un todo. Por lo tanto, en este trabajo se presenta a un público interno y externo de FLACSO.

Tanto en el ámbito interno como externo, en relación con el fortalecimiento de las herramientas de la comunicación entre los públicos de una organización, se trabajará con mayor satisfacción, lo cual incidirá en el aumento de la productividad de las y los trabajadores de la entidad investigada.

Asimismo, se encuentra una breve explicación de las técnicas de recolección, y las posibles herramientas a utilizar en la investigación final. Además se plasma el organigrama de FLACSO Guatemala.

II. Antecedentes

FLACSO Guatemala inicia sus labores en 1987 siendo reconocida por el gobierno de Guatemala por medio del Decreto 96-87 del Congreso de la República. Dos años más tarde se convirtió en Programa (CS XVIII/08, México D.F., 1989) y en 1998 en Sede Académica (AGO XII/05, México D. F., 1998), lo cual implica que ha realizado docencia e investigación de forma permanente (Peruch, 2017)

Según el diagnóstico de comunicación organizacional, en cuanto a la comunicación interna y externa, hay algunos factores que impiden alcanzar los objetivos de FLACSO-Guatemala, esto debido a la ausencia de un plan estratégico que permita el flujo constante de información y facilite el proceso de comunicación. (Donis, 2016)

Pese a los esfuerzos y avances existentes, el diagnóstico también demostró que la institución ha carecido de un enfoque estratégico de la comunicación que se evidencia, por ejemplo, en que la Unidad de Comunicación no forma parte del *staff* de la Dirección. (Santa Cruz, 2018). Actualmente no cuentan con algún plan de contingencia en caso de una emergencia o una pandemia como la que actualmente se padece en el mundo.

Según Eric Salazar encargado del área de comunicación actualmente en FLACSO no hay un diseño de comunicación para sus ocho públicos objetivos externos, por lo cual se necesita establecer un plan de comunicación con ellos.

III. Justificación

La comunicación es esencial para el desarrollo y organización en cualquier ámbito de la vida. Tanto nacional como internacional. Al igual el desarrollo y crecimiento de empresas, instituciones u organizaciones se debe en gran parte a la comunicación y de la imagen institucional que proyecta dicha entidad y esto permite adquirir prestigio, renombre, credibilidad y confianza.

Dicha comunicación ha evolucionado de hablar cara a cara. En la actualidad se producen comunicaciones por medio de plataformas digitales las cuales han facilitado la conexión entre personas.

En la realización de este proyecto se ha recabado información por medios virtuales. Implementado la comunicación con la aplicación de *WhatsApp* como canal de comunicación con el Coordinador de la Unidad de Comunicación de La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

Derivado de la Pandemia Covid 19, la cual no solo afecta a Guatemala, sino que a la mayoría de países por la crisis sanitaria que vive en el contexto mundial, han cerrado temporalmente muchas empresas, instituciones, universidades con el propósito de mantener un distanciamiento social el cual permite frenar el contagio del Coronavirus (Covid-19).

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales en Guatemala, necesita planes y acciones de comunicación institucional, tanto interna como externamente. Para ello, es fundamental fortalecer el trabajo en equipo haciendo conciencia en sus directivos y su personal en relación con el enfoque estratégico de la comunicación y su importancia para la institución.

Capítulo 1

1 La institución

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

1.2 Perfil Institucional

Es un organismo internacional latinoamericano de carácter regional y autónomo, creado en 1957 por iniciativa de la UNESCO y algunos gobiernos de América Latina y el Caribe. Según sus actividades académicas FLACSO es definida como una unidad sistemática la cual integra tres ejes: investigación, docencia, e incidencia.

En sus áreas de estudio se encuentran: identidades-cultura, población desarrollo, estudios sociopolíticos. La institución proporciona servicios educativos entre ellos cursos de posgrado (especialización, maestrías, doctorados); cursos libres, cursos básicos, cursos de actualización, diplomados. Asimismo, la creación y el debido seguimiento de programas y proyectos integrados en cada área.

1.3 Ubicación geográfica

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales está ubicada en 3ra. Calle 4-44 zona 10 de la ciudad de Guatemala, además cuenta una unidad académica en la ciudad de Quetzaltenango. El horario de atención al público es de lunes a viernes de 8:00 A.M. a 4:00 P.M.

1.4 Integración y Alianzas Estratégicas

Los fondos de FLACSO-Guatemala provienen de una partida del presupuesto del Estado de Guatemala. Otros fondos provienen de convenios para investigaciones o cursos específicos

como en las áreas de Pobreza y Migración, Migración y Desarrollo, Estudios de Género y Feminismos, de acuerdo con Salazar.

1.5 Origen e Historia

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), fue creada por recomendación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en 1957. Desde esa fecha se ha consolidado como un organismo internacional latinoamericano y caribeño, de carácter académico y autónomo, dedicado a la promoción, enseñanza, investigación y cooperación técnica en el ámbito de las ciencias sociales. Actualmente está conformada por 18 Estados miembros. La Sede de la Secretaría General de FLACSO se ubica en San José, Costa Rica.

Los países miembros del Acuerdo General de FLACSO son: Argentina, Bolivia, Brasil, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, Honduras, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Uruguay, Perú, República Dominicana y Surinam.

FLACSO-Guatemala inició actividades en 1987, coincidiendo con el ambiente propicio que ofrecía la transición a la democracia. Fue reconocida por el Estado de Guatemala por medio del Decreto Legislativo 96-87. Asimismo, cuenta una unidad académica en la ciudad de Quetzaltenango.

FLACSO-Guatemala tiene un edificio propio, ubicado en la 3ª. Calle 4-44 zona 10, de esta ciudad, el cual ha sido acondicionado para brindar el mejor ambiente de estudio para diversos grupos de estudiantes. De igual forma es apto para la realización de actividades académicas como foros, conferencias y actos públicos.

La edificación cuenta con instalaciones modernas y tecnología apropiada a los requerimientos de una educación superior altamente calificada. Entre los servicios que ofrece la Facultad se encuentran:

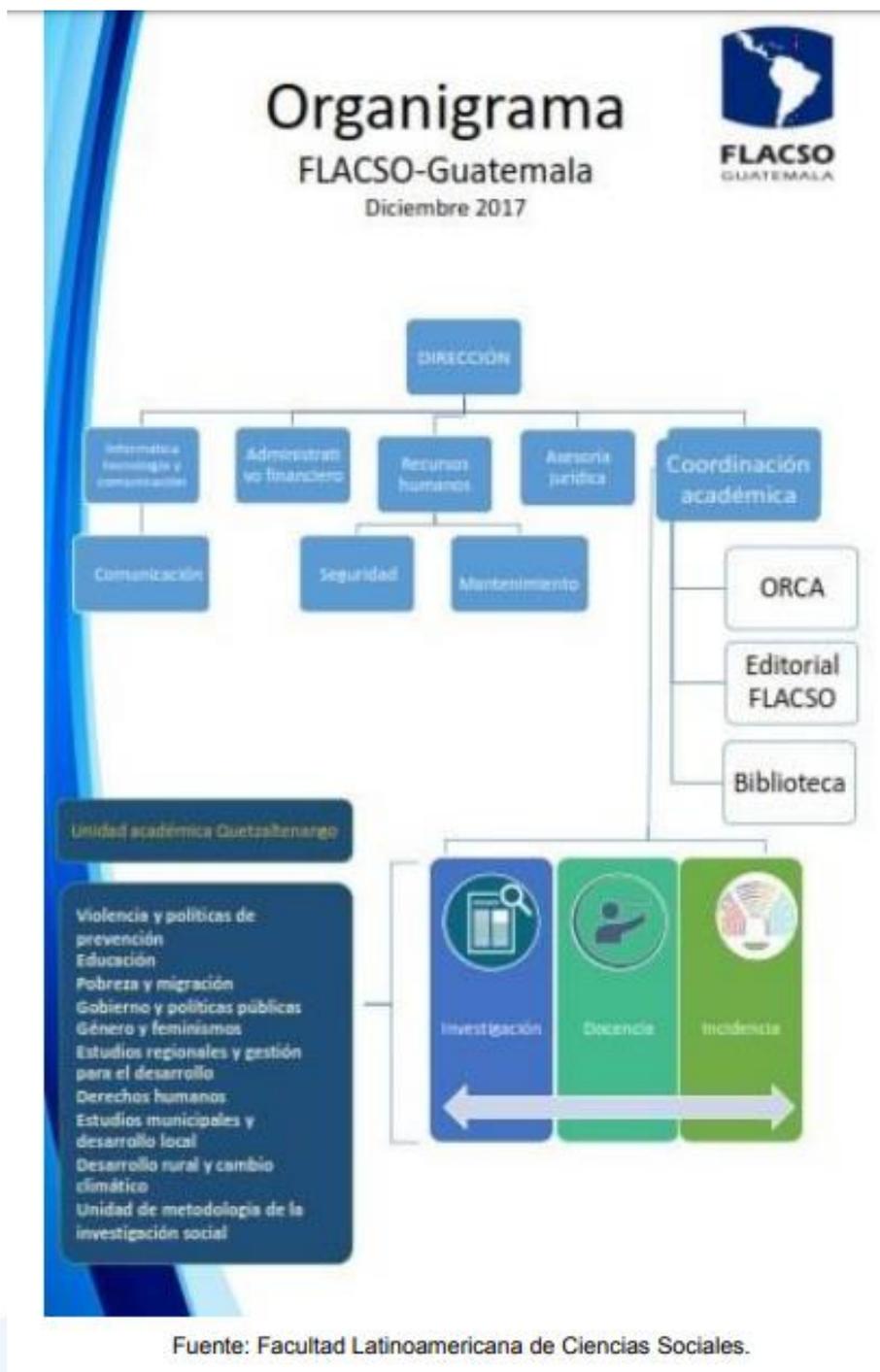
- Auditorio “René Poitevin”: tiene capacidad para 125 personas. Cuenta con equipo de cómputo, aire acondicionado y cabina de sonido, ofreciendo así las condiciones idóneas para el desarrollo de actividades académicas y culturales. El Auditorio se adecua con diferentes montajes según lo requiera la actividad
- Salones: el edificio posee 12 salones de clase, cada uno con ventilación y luz natural, están totalmente equipados con *laptop*, cañonera y pizarra. Cada salón tiene capacidad para grupos de 12 a 32 estudiantes, para un total de 311 personas.
- Sala de videoconferencia: está equipada con cámara Polycom, pantalla, micrófonos y computadora, a fin de lograr óptimas condiciones que permitan establecer una efectiva comunicación virtual. Además, por su ubicación garantiza las condiciones necesarias para el silencio y la privacidad.
- Servicio *WiFi*: disponible en los salones de clases y de reuniones.
- Salones de reunión: accesibles por medio del ascensor y las gradas.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

FLACSO Guatemala su estructura organizacional. Según Eric Salazar tiene su público interno.

Públicos internos: personal directivo, personal académico, personal de servicios técnicos y administrativos, secretaría general, comité directivo, consejo superior, asamblea general, estudiantes.

1.7 Organigrama



1.8 Misión

Desarrollar programas de docencia, investigación e incidencia de alta calidad para contribuir a la construcción de un pensamiento plural, crítico y propositivo, y la transformación de la realidad social guatemalteca y centroamericana en el marco del desarrollo y la democracia.

1.9 Visión

FLACSO-Guatemala se convertirá en una institución de educación superior, reconocida por la excelencia académica de sus egresados y por el rigor teórico y metodológico de sus investigaciones. Será valorada por aportar a un pensamiento crítico y propositivo para solucionar las problemáticas estructurales y coyunturales de la realidad sociopolítica y cultural de esta región; por facilitar espacios de análisis, enjuiciamiento crítico y de reflexión que contribuyan a que los diferentes actores sociales e institucionales puedan formular propuestas de acción y transformación social para generar bienestar, equidad y justicia social, sustentado en una cultura política democrática.

1.10 Objetivos institucionales

Según el Acuerdo suscrito entre la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y el Gobierno de la República de Guatemala, los objetivos de la Sede son:

- Formar especialistas y capacitar técnicos en los diferentes campos de las ciencias sociales a través de cursos latinoamericanos, regionales y nacionales.
- Realizar programas de investigación, información y divulgación de las diferentes ramas de las ciencias sociales.

- Prestar servicios de cooperación científica y técnica al gobierno de Guatemala y entidades públicas y privadas, así como a las universidades e instituciones académicas del país en los estudios y actividades de su especialidad.
- Adiestrar y capacitar, cuando fuere requerido, a profesionales técnicos y funcionarios del sector público en la investigación, planificación y ejecución de programas de desarrollo.

1.11 Público Objetivo

En palabras de Eric Salazar encargado de comunicación de FLACSO estos son sus públicos externos:

- a) La comunidad académica y especializada: profesionales graduados y docentes, particularmente de las Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidades del país y centros de investigación.
- b) Población estudiantil universitaria, particularmente de Ciencias Sociales y Humanísticas de los distintos centros de educación superior del país.
- c) Funcionarios Públicos e Instituciones del Estado.
- d) Movimientos y organizaciones de sociedad civil, ONG.
- e) Cooperantes nacionales e internacionales.
- f) Periodistas y medios de comunicación.
- g) Profesores y estudiantes de educación secundaria y media.
- h) La ciudadanía en general.

1.12 Diagnóstico

1.12.1 Diagnóstico de comunicación

Consiste en el reconocimiento de la situación actual de la organización, empresa o institución en un área específica o grupos que las conforman, con el objetivo de evaluar que tan eficientes son los sistemas de comunicación, con el fin de reforzar, mejorar o implementar algunos cambios y así generar modificaciones en la institución o empresa.

Según el licenciado Marco Rosales en la Conferencia de Diagnóstico de Comunicación es “un proceso analítico que permite conocer la situación real de la institución o empresa con la finalidad de identificar problemas”.

1.12.2 Objetivos

1.12.3 Objetivo General

Diagnosticar la situación de la comunicación con el público externo en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO Guatemala).

1.12.4 Objetivos Específicos

- Analizar los procesos de comunicación externa.
- Evaluar el uso de las redes sociales.
- Identificar los canales de comunicación externa.

1.12.5 Tipos de investigación

Existen algunos tipos de investigación según Sampieri (Sampieri, 2014) que se describen a continuación

Investigación Exploratoria: Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

Investigación Descriptiva: Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información.

Investigación Correlacional: Conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.

Investigación Explicativa: Pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian.

Investigación teórica: Es un tipo de investigación orientado a teorizar, reflexionar y dejar una base teórica para que futuros investigadores hagan una aplicación práctica de lo indagado.

Investigación aplicada: Es una variante de la investigación científica cuyo interés de resolver problemas prácticos. No basta solamente con la teoría. La idea es utilizar los conocimientos para resolver problemas cotidianos.

Investigación histórica: Trata de la experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos pasados.

Investigación cuantitativa: Es la investigación que utiliza cualidades numéricas. Suele ser la más frecuente en el mundo de las ciencias puras. Tiende a ser muy predictiva. Utiliza como métodos fundamentales las encuestas en la medición de magnitudes.

Investigación cualitativa: Es la que se apunala en las cualidades. Muchos afirman que su base es la lingüística y la semiótica, siendo sus metodologías las entrevistas, las observaciones, la compilación de opiniones.

Investigación experimental: Requiere de la manipulación intencional de una acción para analizar sus posibles resultados. Se lleva a cabo para analizar si una o más variables independientes afectan a una o más variables dependientes y por qué lo hacen.

Investigación no experimental: Es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables elude la idea de experimento y prefiere observar los acontecimientos tal y como ocurren en la naturaleza.

Investigación sincrónica: son aquellas que estudian fenómenos que se dan en un período corto.

Investigación diacrónica: Son aquellas que estudian fenómenos en un período largo con el objeto de verificar los cambios que se pueden producir.

1.12.6 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es la forma en la que el investigador se aproxima al objeto de estudio. El enfoque se divide en: cualitativo, cuantitativo y mixto.

El diagnóstico se realizó utilizando el enfoque de investigación mixto, puesto que combina el enfoque cuantitativo y el cualitativo.

La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. (Hernández Sampieri, 2014)

La investigación cuantitativa es objetiva, utiliza métodos precisos, acotados y de rigurosa realización. Su objetivo es recopilar, procesar y analizar datos numéricos o cuantificables de diversos elementos de una muestra o población en estudio. Con ello se pretende la generalización y objetividad de los resultados. (Muñoz, Tercera Edición 2015)

El método cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Nájera, 2020)

Al igual una de las características del enfoque cuantitativo es que es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente, el orden es riguroso aunque desde luego podemos redefinir una fase. Involucra intervención, manipulación y control. (Nájera, 2020)

El enfoque mixto combina los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio.

La recolección y el análisis de los datos combinan los métodos estandarizados e interpretativos. Se cruzan resultados de uno u otro enfoque.

1.13 Técnicas de Recolección de datos:

Estas son las que permiten obtener información de una investigación o fenómeno que se esté estudiando entre ellas están:

- Observación directa
- Entrevista
- Encuesta
- Cuestionario
- Entrevista grupal
- Análisis de redes de comunicación

Para esta investigación se realizó la entrevista y la encuesta la cual permitió recabar información importante en el método de recolección de datos cuantitativamente y cualitativamente.

1.13.1 Observación: la observación como una técnica por medio de la cual se crea una vinculación concreta y constante entre el investigador y el hecho o fenómeno, (Campos Guillermo y Covarrubias, 2012). Dicha observación se llevó a cabo a través de las plataformas digitales de FLACSO. Por cierto, en las cuales hace falta material audiovisual.

Existen varios tipos de observación científica las cuales son:

Observación simple o no estructurada

La observación científica simple es aquella en la que el investigador se limita a describir los datos que obtiene de su propia indagación. Es abierta, aunque también planificada y metódica, y tiene la intención de obtener información sobre un hecho específico a través de observar su contexto natural.

Observación sistemática o estructurada

La observación científica sistemática se basa en una estructura más específica que la observación simple. En este caso, ya se tienen determinados con claridad cuáles serán los aspectos puntuales que se observarán, que incluso estarán categorizados.

Observación participativa o interna

En el caso de la observación científica participativa, el observador se involucra por completo con su objeto de estudio. A través de este tipo de observación es posible conseguir información profunda sobre aquello que se está investigando.

No participativa o externa

La observación no participativa se refiere a aquella en la que el investigador se mantiene al margen del objeto de estudio.

Esta observación puede darse de manera directa, a través del empleo de herramientas de recolección de datos, como encuestas o entrevistas.

Observación individual

En la observación científica individual participa un solo investigador, quien tiene la tarea de observar detenidamente al objeto de estudio, registrar los datos recopilados de dicha observación y realizar el posterior análisis propio de una investigación científica.

Observación grupal

En la observación científica grupal intervienen varios investigadores, quienes observan distintas fases o aristas del objeto de estudio y, posteriormente, comparten los resultados obtenidos, que son complementarios entre sí.

Otra manera de poner en práctica la observación grupal es permitir que todos los observadores analicen un mismo elemento del objeto de estudio.

La observación que se hizo fue estructurada en Flacso Guatemala ya que las plataformas digitales carecen de material audiovisual y los canales determinados las redes sociales de la institución.

1.13.2 Documentación: ha sido considerada como el conjunto de operaciones destinadas a representar el contenido y la forma de un documento para facilitar su consulta o recuperación, o incluso para generar un producto que le sirva de sustituto. (<https://scholar.google.es>, s.f.). La documentación de FLACSO se hizo por medio de la página *web* de la institución y otros documentos virtuales y del manual de comunicación institucional de FLACSO.

1.13.3 Entrevistas: definida como un diálogo semiestructurado, por lo general cara a cara entre una persona que con preguntas e instigadores interroga a un entrevistado (Fernández, 2017, pág. 172). Esta se realizó por medio de una serie de preguntas enviadas a Erick Salazar encargado de la Unidad de Comunicación referente al material audiovisual que poseen con su público externo.

Resultado de la entrevista

En la entrevista efectuada se obtuvo información que los medios digitales de FLACSO son utilizados a diario, pero la publicación de videos es muy esporádica. Y que se tiene un proyecto de construir un set para grabar material audiovisual y difundirlos por medio de los medios digitales, posiblemente por la red social *YouTube*.

1.13.4 Encuestas: la selección de una muestra, la aplicación de un cuestionario, y el consecuente análisis de datos, ha sido tratado ampliamente en diversas fuentes (Fernández, 2017, pág. 171). La encuesta se llevó a cabo por medio de un formulario de preguntas por *Google Forms*. Referente a las redes sociales como medio de información o utilización de las mismas.

1.13.5 Muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (Sampieri, 2014, pág. 175). En el diagnóstico se encontró que el número de la población es finita.

Donde N es el total de la población, Z el nivel de confianza que es el 1.96 al cuadrado, para brindar una seguridad del 95%. p porcentaje de la población, q el porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado, y en caso que no hay indicación de la población que se posee se asume un 50% para p y 50% q, e es el error de estimación máximo aceptado y n el tamaño de la muestra.

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

Preguntas de la encuesta

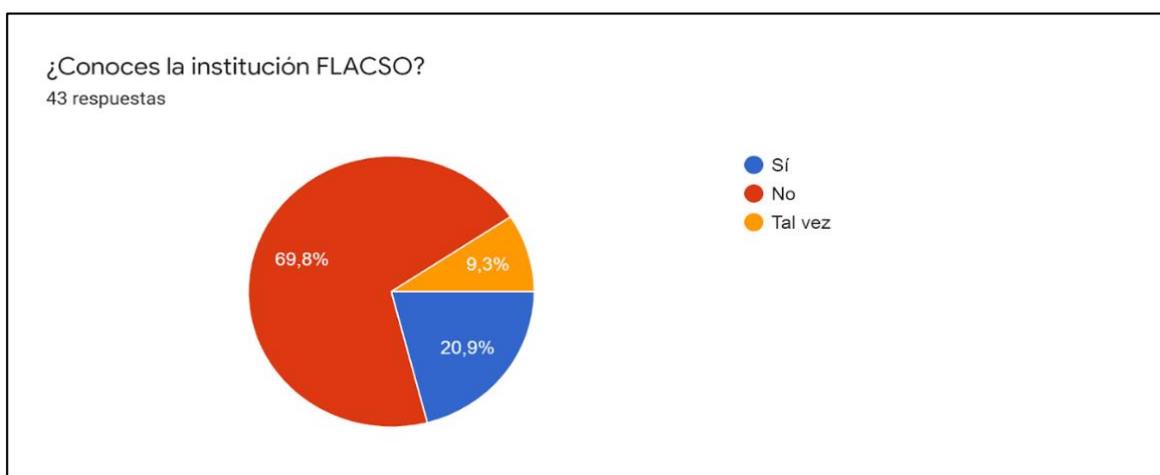
1. ¿Conoces la institución FLACSO?
2. ¿Si tu respuesta anterior fue no crees que FLACSO debería tener más presencia en las redes sociales para conocerla?
3. ¿Cuáles de estas redes sociales utilizas más?
4. ¿Por medio de qué red social te gustaría informarte sobre algún tema?
5. ¿Qué clase de contenido miras en las redes sociales?
6. ¿Cuál de esta red social prefieres ver un video?
7. ¿Qué red social recomendarías a una empresa para informar a las personas cuál es su función o a qué se dedica?
8. ¿Por qué recomendarías esta red social a una empresa para darse a conocer?
9. ¿Para informarte de un tema que prefieres?
10. ¿Por qué prefieres la opción anterior?

Elaboradas por: Elmer Hernández.

1.14 Interpretación de Resultados (Gráficas)

La encuesta se realizó por medio del formulario de *Google Forms*. La cual cuenta con 10 preguntas y opciones de respuesta a la misma se obtuvieron 43 respuestas. Con el resultado de la encuesta en cuanto a la información proporcionada por las personas, si conocen la institución FLACSO y que redes sociales utilizan los encuestados, FLACSO se vio beneficiada en relación con la red social en la cual publicar más información y material audiovisual.

Gráfica 1

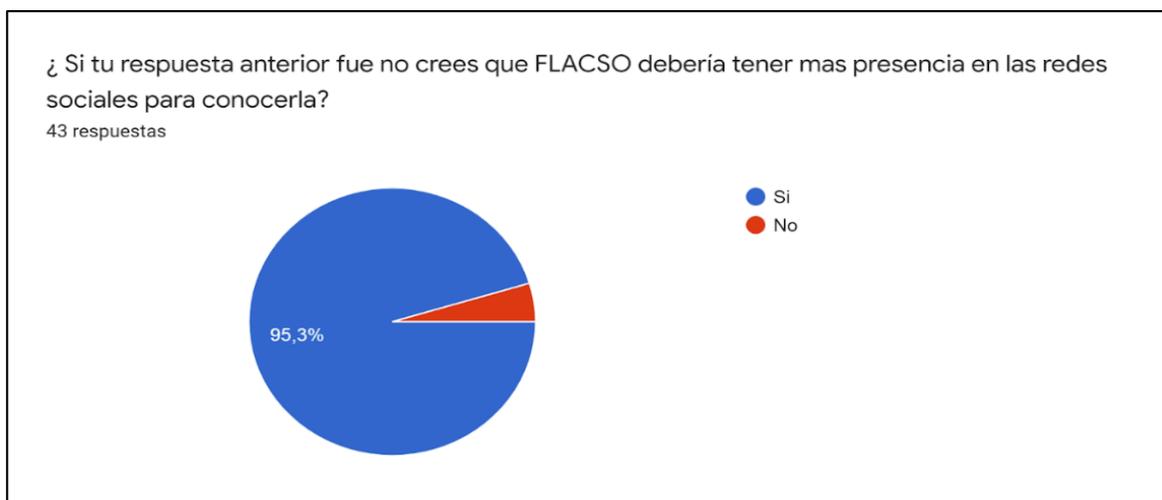


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
No	30	69,8%
Si	10	20,9%
Tal vez	3	9,3%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados el 69,8 % manifiesta que no conoce la institución Flacso Guatemala. Mientras que un 20,9% si la conoce y un 9,3% tal vez ha oído de dicha institución. Con dicha encuesta no todos saben de la institución.

Gráfica 2

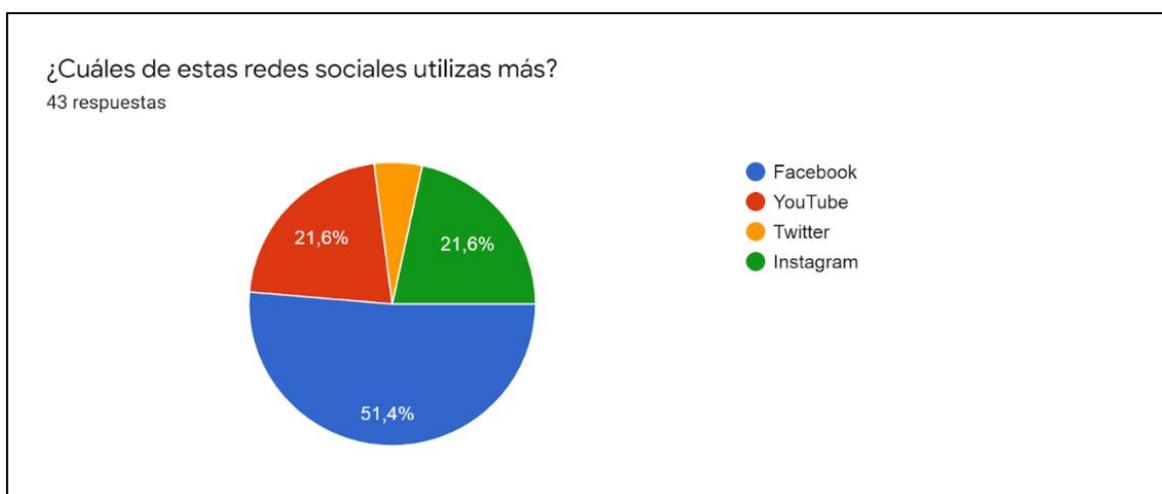


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	41	95,3%
No	2	4,7%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados el 95.3% cree que Flacso Guatemala necesita tener más presencia en las redes sociales para conocer la institución o cuál es su función.

Gráfica 3

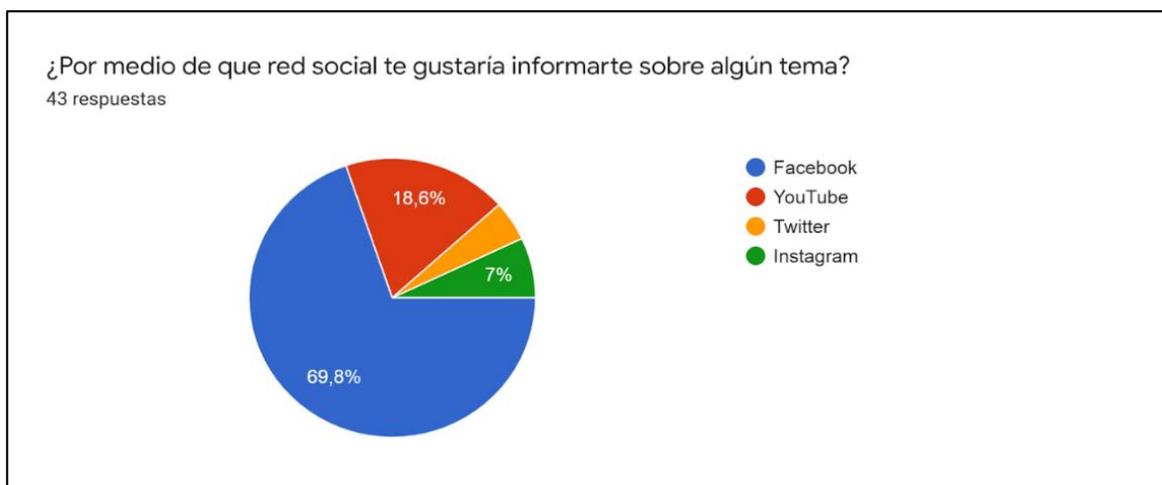


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
<i>Facebook</i>	30	51,4%
<i>YouTube</i>	6	21,6%
<i>Instagram</i>	6	21,6%
<i>Twitter</i>	1	5,4%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados el 51,4% manifiesta que la red social más utilizada por ellos es *Facebook*. Mientras que un 21,6% la red social utilizada es *YouTube e Instagram* y *Twitter* con un 5,4%. Es recomendable utilizar dichas redes para publicar material audiovisual informativo de Flasco Guatemala.

Gráfica 4

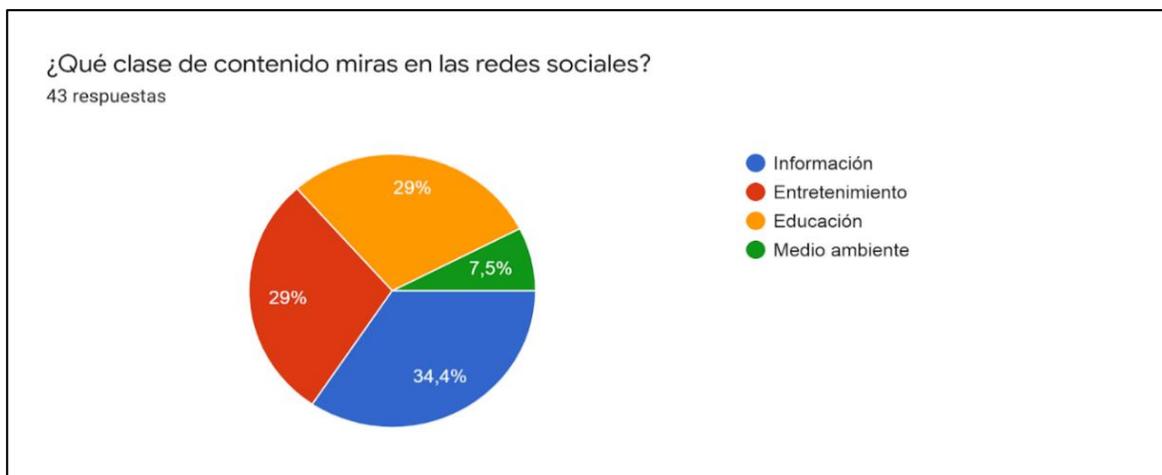


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
<i>Facebook</i>	35	69,8%
<i>YouTube</i>	5	18,6%
<i>Instagram</i>	2	7%
<i>Twitter</i>	1	4,6%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados un 69, 8% manifiesta que la red social *Facebook* utilizan para informarse de algún tema. Mientras que un 18,6% busca información en *YouTube* y un 7% en *Instagram* y un 4,6% *Twitter*. Por lo cual se recomienda tener más publicaciones en *Facebook* de la institución Flasco Guatemala.

Gráfica 5

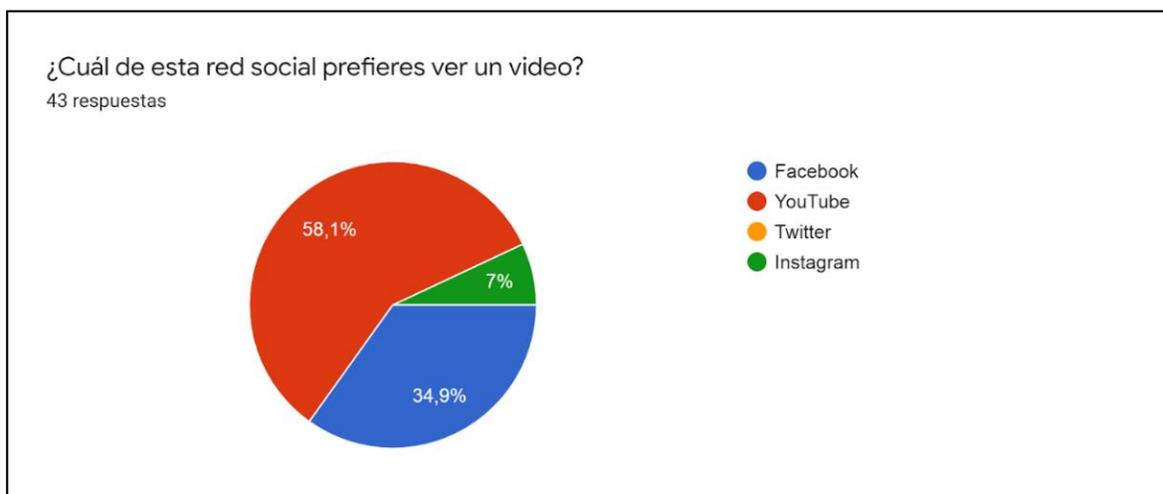


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Información	25	34,4%
Entretenimiento	7	29%
Educación	7	29%
Medio ambiente	4	7,5%

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados demuestran que el 34,4% buscan contenido de información. Un 29% prefiere ver entretenimiento y otro 29% buscan contenidos educativos. Mientras que un 7,5% información de medio ambiente. Es recomendable crear contenido audiovisual informativo de los distintos programas e investigaciones de Flacso Guatemala.

Gráfica 6



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
<i>Facebook</i>	15	34,9%
<i>YouTube</i>	24	58,1%
<i>Instagram</i>	4	7%

Fuente: Elaboración propia

Del total de los 43 encuestados un 58,1% prefiere ver un video en la red social de *YouTube*. Un 34,9% utiliza *Facebook* y mientras que un 7% ve la red social de *Instagram*. Por lo cual se recomienda crear más material audiovisual en el canal de *YouTube* de Flacso Guatemala.

Gráfica 7

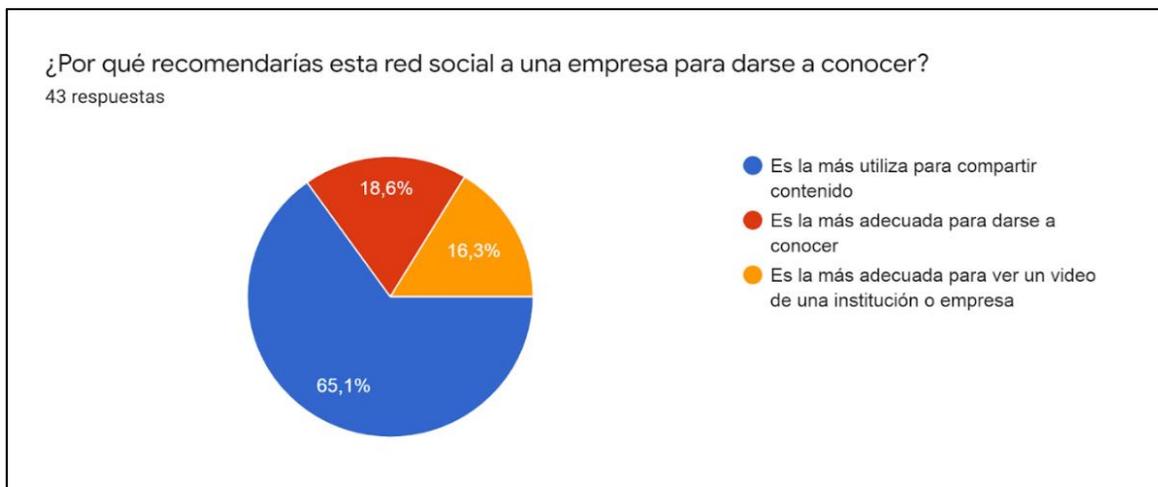


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
<i>Facebook</i>	30	61,3%
<i>YouTube</i>	7	21%
<i>Instagram</i>	5	14,5%
<i>Twitter</i>	1	3,2%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados demuestra que el 61,3% recomendaría *Facebook* como la más adecuada para dar a conocer una empresa o función de la misma. El 21% muestra que sería *YouTube* y mientras un 14,5% *Instagram* y un 3,2% *Twitter*. Por lo cual se sugiere utilizar *Facebook* como canal de información hacia los públicos externos de Flacso Guatemala.

Gráfica 8

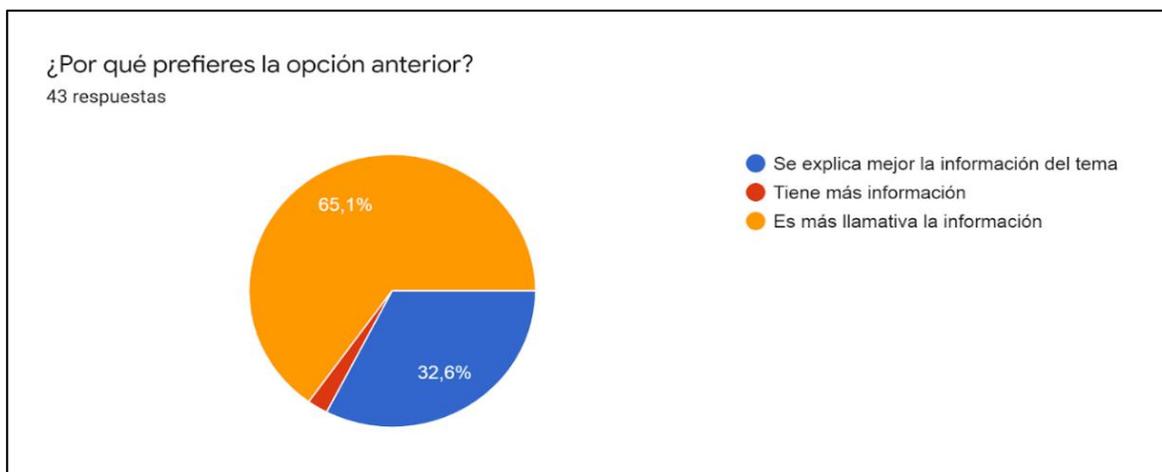


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Es la más utilizada para compartir contenido	29	65,1%
Es la más adecuada para darse a conocer	8	18,6%
Es la más adecuada para ver un video de la institución	6	16,3%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados el 65,1% demuestra que *Facebook* sería la más indicada para dar a conocer y compartir contenido de una institución o empresa. El 18,6% la más adecuada para darse a conocer y mientras que un 16,3% para ver un video de una institución. Es recomendable utilizar la página de *Facebook* de la institución para dar a conocer Flacso Guatemala.

Gráfica 9

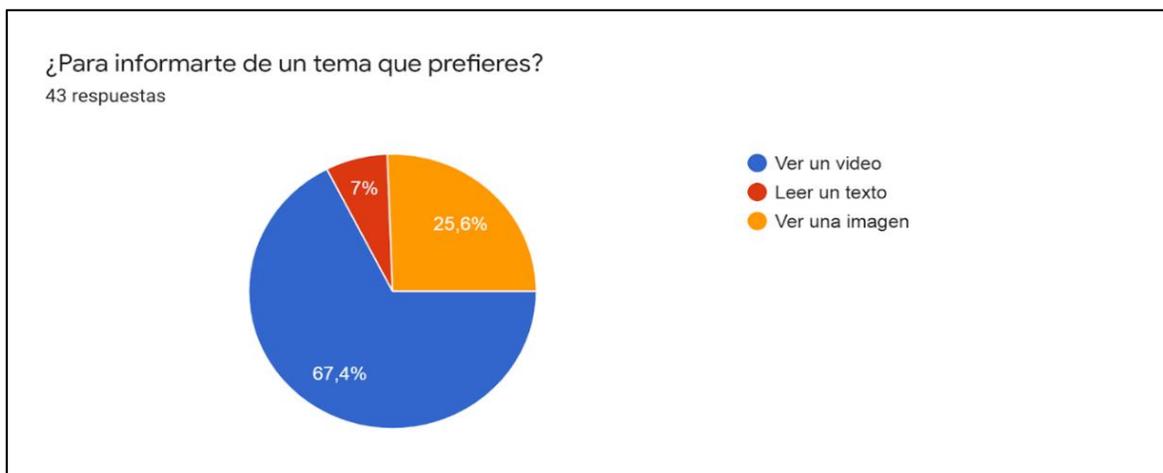


Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Es más llamativa la información	30	65,1%
Se explica mejor la información del tema	12	32,6%
Tiene más información	1	2,3%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados el 65,1% contestó que esta red social es más llamativa la información para dar a conocer una empresa o institución. Mientras que un 32,6% que por medio de esta red social se explica mejor la información de un tema. Por lo cual se recomienda crear contenido audiovisual en *Facebook* de Flacso Guatemala.

Gráfica 10



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Ver un video	30	67,4%
Leer un texto	10	25,6%
Ver una imagen	3	7%

Fuente: Elaboración propia

De los 43 encuestados el 67,4% respondió que prefiere ver un video para informarse de un tema. El 25,6% prefiere ver una imagen y un 7% leer un texto informativo. Por lo que se es recomendable utilizar material audiovisual para informar de la institución de Flacso Guatemala.

1.15 FODA

Es un análisis hacia dentro y hacia afuera de la organización, un diagnóstico que se realiza con el propósito de apreciar exactamente cuáles son los espacios de maniobra que se le ofrecen. Apunta a evitar riesgos, superar limitaciones, enfrentar desafíos y aprovechar las potencialidades que aparecen en dicho análisis. (Compromiso)

FORTALEZAS

- ✓ Redes sociales
- ✓ Persona encargada del área de comunicación
- ✓ Medios digitales por los cuales puede llegar a su público externo
- ✓ Los temas de investigación a los que se dedica FLACSO.

OPORTUNIDADES

- ✓ Ayuda financiera
- ✓ Darse a conocer por los medios digitales.
- ✓ Crear más material audiovisual informativos.
- ✓ Darse a conocer más con su público externo.

DEBILIDADES

- ✓ Poco movimiento en redes sociales.
- ✓ Poca comunicación con su público externo.
- ✓ Poco material audiovisual en algunas redes sociales.
- ✓ Falta de conocimiento de qué red social utilizar para darse a conocer por medio de un video.

AMENAZAS

- ✓ Cierre temporal de las instalaciones por coronavirus Covid-19.
- ✓ Dependencia financiera en algún momento podría disminuir.
- ✓ No darse a conocer por los medios digitales.

1.16 Problemas Detectados

En la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) se encontró un problema de comunicación con su público externo para que conozcan su función. Y el uso de sus redes sociales y del contenido audiovisual de las mismas.

1.17 Planteamiento del problema comunicacional

FLACSO entre sus áreas de estudio se encuentran: identidades-cultura, población desarrollo, estudios sociopolíticos. La institución proporciona servicios educativos entre ellos cursos de pos-grado (especialización, maestrías, doctorados); cursos libres, cursos básicos, cursos de actualización, diplomados. Asimismo, la creación y el debido seguimiento de programas y proyectos integrados en cada área.

Algunos de sus públicos objetivos externos son: profesionales graduados y docentes, particularmente de Ciencias Sociales y Humanísticas, universidades del país y centros de investigación, población estudiantil universitaria, periodistas y medios de comunicación, profesores y estudiantes de educación secundaria y media y la ciudadanía en general.

Por lo cual se quiere llegar a conocer FLACSO a un segmento de su público externo por medio de audiovisuales en las redes sociales. Posiblemente la plataforma de *YouTube*.

1.18 Indicadores de Éxito

Cuenta con página oficial de *Facebook*.

Cuenta en *Twitter*.

Canal de *YouTube*.

Cuenta con la persona encargada de la Unidad de Comunicación.

1.19 Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y Estrategia de Comunicación externa para el desarrollo del contenido audiovisual informativo en redes sociales en Flacso Guatemala.

Con lo que se pretende dar a conocer las investigaciones y programas de la institución por medio de audiovisuales.

Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2. Plan estratégico de comunicación

Es una herramienta de la comunicación orientada a que la organización sea conocida en el interior o exterior las empresas para lograr un prestigio en sus acciones y, por consiguiente, mantenerse o aumentar sus rentas o negocio, que son la subsistencia de la organización.

Por medio de audiovisuales se dará a conocer Flacso Guatemala en las ciencias sociales para aumentar su contenido digital en las redes sociales.

2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación

Un plan de comunicación organiza y planifica actividades orientadas hacia el fortalecimiento de la institución. Las cuales pretenden dar solución a los problemas.

Esto permitirá una identidad e imagen a lo externo de la institución por medio de audiovisuales informativos con contenido relacionado con los programas de Flacso Guatemala.

2.2 Objetivos de la Estrategia

2.2.1 Objetivo General

- ✓ Mejorar los procesos y sistemas de comunicación que la organización utiliza para enviar mensajes a los diferentes públicos con que tiene contacto.

2.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Fortalecer los canales de comunicación digitales que más utiliza su público.
- ✓ Generar un canal de información.
- ✓ Establecer si la organización logra enviar los mensajes adecuados.

2.3. Visión

Que FLACSO Guatemala sea más conocida con su público externo por medio de contenido audiovisual. Que las redes sociales sean el medio para dar a conocer el funcionamiento de FLACSO.

2.4. Misión

Crear contenido audiovisual para las redes sociales como *Facebook, Twitter, YouTube* las cuales permiten una comunicación participativa como lo es el intercambio de mensajes.

2.5 Elementos comunicacionales que según su diagnóstico aplicará.

2.5.1 Comunicación

La comunicación según Interiano “Es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita, para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y éstos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualesquiera de sus manifestaciones”. (Interiano, 2017, pág. 1)

Interiano cita en el mismo libro a Flores de Gortari y Orozco Gutiérrez dicen al respecto: “El verbo comunicar proviene de la voz latina *comunicare*, puesta o poner en común. En su acepción más general, comunicación es acción y efecto de hacer a otro, partícipe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, toman su parecer”.

2.5.2 Elementos de la comunicación

Los elementos para la comunicación son importantes, quién dice qué a quién, a través de qué canal y su intención. Los elementos son: comunicador, perceptor, mensaje, canal, código, contexto y retorno.

2.5.3 Comunicador

“Es llamado también emisor (aunque este término se aplica más a la teoría de la información); es quien emite o envía un mensaje. Del comunicador depende en gran medida que los mensajes que envía sean correctamente descodificados por quienes los reciben”. (Interiano, 2017, pág. 4)

2.5.4 Perceptor

El perceptor es quien recibe el mensaje enviado por el comunicador. es llamado también receptor por los teóricos de la información. el perceptor puede ser individual o grupal, el perceptor capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe. Esta respuesta recibe diferente nombre: retorno, retroalimentación, *feed back*, etc. (Interiano, 2017, pág. 5)

2.5.5 Mensaje

Daniel Prieto dice que el mensaje es el elemento objetivo del proceso, lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del perceptor, el cual solo se reproduce si responde a un determinado código, el mensaje es la información que deseamos transmitir, el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el emisor o comunicador envía al perceptor. (Interiano, 2017, pág. 6)

2.5.6 Canal

Es el medio a través del cual se transmiten los mensajes. Por esa razón puede llamarse también simplemente medio. Los canales o medios de comunicación son diversos y dependen de las circunstancias y necesidades históricas de la humanidad. Desde los inicios del género humano, como ente transformador de su entorno, se han utilizado diversidad de canales, los cuales van desde los más simples, como los silbatos, las señales de humo, hasta los más sofisticados, nacidos del gran salto cualitativo que dio la humanidad con la revolución industrial del XVIII. (Interiano, 2017, pág. 8)

Fue a finales de este siglo, cuando nació la prensa, la cual se posicionó como un medio masivo de comunicación, lo cual contribuyó con adelantos científicos que se empezaron a ver en el siglo XIX hasta los últimos doscientos años, entre los adelantos se mencionan, la televisión, la radiografía y la *internet*. (Álvarez, 2015)

2.5.7 Código

Es una serie de símbolos que por separado no significan nada, pero al combinarlos puede formar un lenguaje.

Un código es producto de un acuerdo social. Por ejemplo, el idioma es un código porque sus signos-letras-palabras-sonidos, corresponden a un orden de selección y combinación que ha venido estableciéndose desde los albores del castellano como lengua romance. (Interiano, 2017, pág. 10)

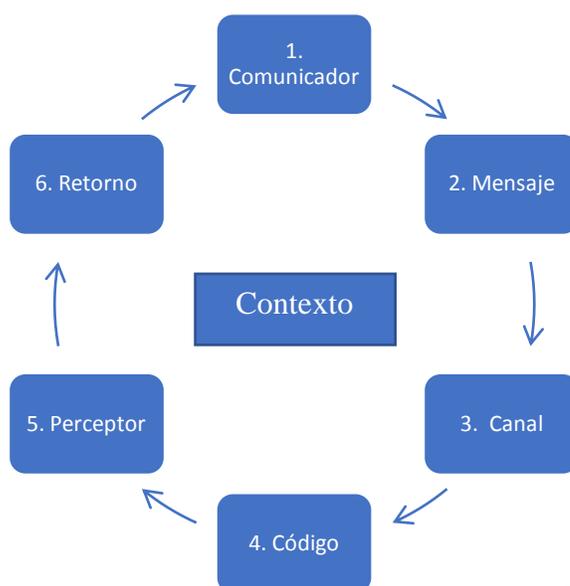
2.5.8 Contexto

El contexto es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado periodo histórico. Cada mensaje debe ser elaborado especialmente para ser

transmitido a perceptores que pertenezcan a un contexto determinado. Esto significa que, en la elaboración y transmisión de un mensaje, debemos considerar el contexto al cual se dirige dicho mensaje. (Interiano, 2017, pág. 11)

2.5.9 Retorno

Es el proceso mediante el cual se da una respuesta a los mensajes recibidos. Se llama también retroalimentación, respuesta o *feed back*. Dicha respuesta puede darse, utilizando el mismo código y canal o con códigos y canales distintos. (Interiano, 2017, pág. 12)



Proceso de comunicación
Elaboración Propia.

Emisor	Mensaje	Canal	Código	Perceptor	Retorno
Flacso	Contenido Audiovisual	Redes Sociales	Imágenes Videos	Público externo	Público externo

Proceso de comunicación
Elaboración Propia.

2.5.10 Comunicación Organizacional

Se entiende, según Carlos Fernández Collado, como: "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos".

La comunicación organizacional se mira en cinco perspectivas:

Comunicación interna: Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización.

Comunicación externa: Todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

Relaciones públicas: Son las diferentes actividades y programas de comunicación que se crean para sostener las buenas relaciones con los diferentes públicos que forman la organización.

Publicidad: Son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

Publicidad Institucional: Se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que evoca en el público una imagen favorable de la organización.

Se quiere dar a conocer los programas de Flacso Guatemala con su público externo por medio de videos informativos por las redes sociales.

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. (PYME, pág. 46)

La comunicación externa son actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen de la organización o institución.

2.6 Alcances y límites de la Estrategia

Alcances

- ✓ Más contenido audiovisual
- ✓ Mayor manejo o publicaciones en las redes sociales

Límites

- ✓ Covid-19
- ✓ Las personas no asisten presencialmente a las instalaciones
- ✓ Limitación en grabar material audiovisual

2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación

Con base al diagnóstico se realizó una investigación de tipo descriptiva porque permitió recolectar información de la institución, con un enfoque mixto ya que se realizó la entrevista y la encuesta para recabar información del material audiovisual que Flasco posee y que buscan las personas en las redes sociales y una observación de tipo estructurada ya se tienen determinados con claridad cuáles fueron los aspectos que se observaron por la situación de Covid-19. Dicha observación fue por las redes sociales.

2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

2.8.1 Propuesta 1: Video informativo de la institución Flasco Guatemala.

Estrategia	Publicar por los medios digitales de Flasco videos informativos.
Propuesta	Contenido audiovisual en la red social <i>Facebook</i>
Objetivo	Fortalecer la Unidad de Comunicación por medio de las herramientas digitales.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Público externo: estudiantes universitarios, ciudadanía en general
Medio de Difusión	Redes Sociales

2.8.2 Propuesta 2: Video del Programa de Estudios de Género y feminismos de Flasco Guatemala.

Estrategia	Videos animados informativos para las redes sociales
Propuesta	Contenido audiovisual para red social <i>YouTube</i>
Objetivo	Fortalecer la Unidad de Comunicación por medio de las herramientas digitales.
Tipo de mensaje	Informativo
Público Objetivo	Público externo: estudiantes universitarios y ciudadanía en general
Medio de Difusión	Redes Sociales

Elaborado por: Elmer Hernández

2.9 Cronograma

Actividad	Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Planteamiento de estrategias de comunicación																
Elaboración de la propuesta a desarrollar																
Elaboración de contenido audiovisual																
Grabación y edición del material audiovisual																
Revisión del material audiovisual																
Entrega de material audiovisual																

2.10. Financiamiento

Para la realización de este proyecto se utilizará cámara o celulares para la grabación de videos informativos de la institución FLACSO. Ya sea equipo de Flacso o el epesista utilizará su equipo de filmación.

Las redes sociales no tienen un costo por su utilización, pero se puede pagar una cantidad moderada para que alguna publicación llegue a más personas por ejemplo la red social de *Facebook*.

La grabación, edición, musicalización, y si fuera el caso de voz en *off* el epesista asumirá dichos gastos.

2.11. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
1	Internet	Q600	Q600	epesista
1	Material audiovisual	Q500	Q500	epesista
1	Micrófono	Q250	Q200	epesista
1	Viáticos	Q500	Q500	epesista
Total			Q1800	

2.12. Beneficiarios

Los beneficiarios mediante la ejecución del Plan de Comunicación

FLACSO Guatemala y los públicos externos como la comunidad académica y especializada, los estudiantes potenciales, los funcionarios públicos e instituciones del Estado y los movimientos y organizaciones de sociedad civil y ONG. Al igual que los cooperantes nacionales e internacionales, periodistas y medios de comunicación, profesores y estudiantes de educación secundaria y media, la ciudadanía en general

2.13. Recursos Humanos

Nombre del investigador y posibles personas que ayudarán a dar sentido a la investigación.

- Elmer Hernández investigador.
- Lic. Virgilio Reyes Director de Flacso Guatemala.
- Erick Salazar Coordinador de la Unidad de Comunicación de La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Guatemala.
- Lic. Luis Fernando Lucero Supervisor de EPS.
- Dr. José María Torres Carrera Coordinador de EPS.
- M.A. Evelin Morazán Gaitán Sub Coordinadora de EPS.

2.14. Áreas Geográficas de Acción

El Plan de Comunicación se llevó a cabo de manera virtual por la situación del Covid-19. Pero las instalaciones centrales de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, en Guatemala, están ubicadas en la 3ª. Calle 4-44 Zona 10 Edificio Torre 4-44, Ciudad de Guatemala.

2.15. Cuadro Comparativo de Estrategias.

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Elaboración de contenido audiovisual Elaboración de videos animados informativos	Contenido en las redes sociales		Erick Salazar Coordinador de la Unidad de Comunicación de Flacso	La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales se encuentra ubicada en 3ra. Calle 4-44 zona	Flacso Guatemala	Agosto

			epesista Elmer Hernández	10 de la ciudad de Guatemala		
Grabación y edición de material audiovisual en las redes sociales	Fortalecer el área de comunicac ión		Erick Salazar Coordinador de la Unidad de Comunicación de Flacso epesista Elmer Hernández	La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales se encuentra ubicada en 3ra. Calle 4-44 zona 10 de la ciudad de Guatemala	Flacso Guatemala	Agosto
Publicación de material audiovisual	Dar a conocer la institución Flacso a su público externo		Erick Salazar Coordinador de la Unidad de Comunicación de Flacso epesista Elmer Hernández	La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales se encuentra ubicada en 3ra. Calle 4-44 zona 10 de la ciudad de Guatemala	Flacso Guatemala	Septiembre

Fuente: Dr. José María Torres Carrera

Capítulo 3

3. Informe de la ejecución

3.1 Estrategia No.1

Elaboración de contenido audiovisual informativo.

Objetivo de la Actividad

Crear videos informativos para las redes sociales de *Facebook*, *YouTube* y *Twitter* con el fin de promover contenido audiovisual que permitirá fortalecer la Unidad de Comunicación de FLACSO Guatemala.

Medio Utilizado

Internet, redes sociales.

Área geográfica de impacto

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales se encuentra ubicada en 3ra. Calle 4-44 zona 10 de la ciudad de Guatemala.

Presupuesto en esta acción: Q300 de internet. Programa de edición.

Comprobación del Material



Captura de pantalla elaboración propia.

Link: <https://www.facebook.com/elmer.hernandez.7505/videos/3273157016086320>



Captura de pantalla elaboración propia.

Link: <https://youtu.be/OnTX6QBJdJc>

3.2 Estrategia No. 2

Videos animados informativos para las redes sociales.

Objetivo de la Actividad

Se realizaron videos animados informativos en los cuales se explica que es La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Medio Utilizado

Internet, redes sociales.

Área geográfica de impacto

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales se encuentra ubicada en 3ra. Calle 4-44 zona 10 de la ciudad de Guatemala.

Presupuesto en esta acción: Q300 de internet. Programa de edición.

Comprobación del Material

Captura de pantalla elaboración propia.



Link: <https://youtu.be/c8HqH-z7MtQ>

Link: <https://www.facebook.com/elmer.hernandez.7505/videos/3274497962618892>

3.3 Actividad y calendarización:

Actividad	Mes															
	Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del Diagnóstico de comunicación.																
Elaboración del Plan de comunicación																
Videoconferencia por un invitado especial Lic. Yoshiro Gómez con el tema: “Creatividad para Radio”																
Videoconferencia Licenciada Brenda Chacón con el tema: “Comunicación Organizacional”																
Videoconferencia Licenciado Jonathan Mejía con el tema: “Comunicación en tiempos de crisis”																
Videoconferencia con Lic. Sergio Rinaldi con el tema de: “Los grandes Retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías”																
Videoconferencia Licenciada Sandra de Corzo con el tema; “Árbol de Problemas y el FODA”																
Videoconferencia por el Máster Walter Pérez. Tema: "Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación"																
Videoconferencia por la Licenciada Krista Ramírez con el Tema: “Enfoque Cualitativo y Cuantitativo”																
Videoconferencia por la Máster Evelin Hernández. Con el tema: "Análisis de recopilación de Datos”																

3.4 Conclusiones

1. El diagnóstico de comunicación dio a conocer que La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Flacso Guatemala posee los canales de comunicación digitales externos, las redes sociales. Sin embargo, estas contienen escaso material audiovisual informativo de la institución para alcanzar a más personas.
2. Flacso Guatemala cuenta con el Coordinador de la Unidad de Comunicación quien tiene acceso a las redes sociales de la institución en la entrevista realizada se identificó que la publicación de producción audiovisual es muy esporádica.
3. En la estrategia de comunicación planteada en este informe se crearon audiovisuales informativos con contenido relacionado con los programas de Flacso Guatemala. Así como videos anímanos con voz en off para difundirlos en redes sociales.
4. Flacso Guatemala no contaba con material audiovisual para su publicación en sus distintas redes sociales durante la Pandemia del Covid-19.
5. Pese a que la institución genera mucha información en su mayoría no se da a conocer por sus redes sociales de *Facebook, YouTube, Twitter*.
6. Por medio de la encuesta efectuada, se demostró que las redes sociales más utilizadas en la institución son *Facebook y YouTube* en las cuales se informa al público externo.

3.5 Recomendaciones

1. Deberían utilizarse las herramientas digitales como medio de información y comunicación de la institución.
2. Que las publicaciones en las redes sociales sean más constantes e interactivas.
3. Proponer y promover materiales audiovisuales de carácter informativo relacionado con los programas de Flacso Guatemala.
4. Realizar material audiovisual con anticipación para publicar en sus distintas redes sociales ante una crisis como la del Covid-19 ya que no se podía asistir a las instalaciones para la realización de las mismas.
5. Tener más presencia en las distintas redes sociales a las cuales su público externo tiene acceso.

Fuentes Consultadas

Referencias bibliográficas

- Álvarez, C. (2015). *Periodismo digital como una herramienta en las salas de redacción*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Campos Guillermo y Covarrubias, L. N. (2012). *LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD*. Pachuca: Xihmai, año/vol. VII, número 13.
- Compromiso, F. (s.f.). *books.google.com.gt*. Obtenido de https://books.google.com.gt/books?id=lg9AB4xfSMoC&pg=PA27&dq=que+es+el+foda&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjM-_Dc0vbqAhXSUt8KHU_-CsEQuwUwAXoECAIQBw#v=onepage&q=que%20es%20el%20foda&f=false
- Donis, S. (2016). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación organizacional interna y externa para FLACSO Guatemala*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Fernández, C. (2017). *Comunicación en las organizaciones*. Trillas.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
<https://scholar.google.es>. (s.f.).
- Interiano, C. (2017). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Editorial Estudiantil FENIX.
- Muñoz, C. (Tercera Edición 2015). *Cómo elaborar y asesorar un investigación de tesis*. México: Pearson Educación.
- Nájera, L. K. (20 de mayo de 2020). Videoconferencia. Guatemala.
- Peruch, J. K. (2017). *Diagnóstico de Comunicación FLACSO-Guatemala*. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala:: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación* . Mexico.
- Santa Cruz, W. (2018). *ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA FACULTAD DE LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES. (FLACSO GUATEMALA)*. Guatemala: Universidad de San Carlos .

E-grafía

<http://www.flacso.edu.gt/>

<https://scholar.google.es>

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

<https://books.google.com.gt/>

<https://www.infosol.com>

ANEXOS:

Entrevista

Erick Salazar Monzón

Coordinador de la Unidad de Comunicación de FLACSO Guatemala

Esta entrevista es realizada con el fin de crear un diagnóstico de comunicación y una propuesta comunicacional para mejorar la comunicación externa en FLACSO Guatemala.

1. ¿Con qué tipo de audiovisuales cuenta FLACSO para darse a conocer con su público externo?
 - Hay un audiovisual de presentación de FLACSO-GUATEMALA de 3 minutos.

2. ¿Qué tan utilizados son los medios digitales de FLACSO para con su público externo?
 - Diario

3. ¿Con que frecuencia se publican videos en las distintas plataformas digitales de FLACSO?
 - Muy esporádicamente. Ahora, se está fortaleciendo la producción audiovisual con un documental en proceso y varios cortos. Hay un proyecto de construir un set para grabar entrevistas y foros para difundir por medio de los medios digitales. Quizás por YouTube.

4. ¿Qué tipo de contenido se daría a conocer por medio de videos en estas plataformas?
 - Contenido relacionado con los programas de FLACSO-Guatemala, género, feminismo, migración, metodologías de investigación, seguridad alimentaria nutricional, medio ambiente, desarrollo rural, estudios de violencia social.

5. ¿Qué plataforma utilizaría para darse a conocer en los diferentes públicos externos?
 - Por ejemplo, el sector estudiantil
Redes Sociales. Usar más twitter. Hay que explorar las posibilidades de *instagram* y *tik tok*. Usar también *youtube*.

6. ¿Por qué esta plataforma sería la adecuada para un material audiovisual?
 - *Instagram* y *tik tok* Están hechas para eso
 -
7. ¿Por qué sería un video la mejor opción para dar a conocer la institución de Flasco?
 - No digo que sea la mejor opción. Es una de las opciones que debe usarse para llegar a los públicos. Debe buscarse el mejor medio y el más adecuado para cada público. Aunque también hay que señalar el poder de los mensajes por video.
8. ¿Cómo utilizar esta herramienta para captar la atención o curiosidad de las personas?
 - Se necesita de conocimientos, destrezas, experiencia y creatividad para dominar el medio audiovisual. Hay múltiples formatos que pueden emplearse. Su uso debe ser objeto de un estudio y un plan cuidadoso.

Encuesta realizada

¿Conoces la institución FLACSO?

Sí

No

Tal vez

¿Si tu respuesta anterior fue no crees que FLACSO debería tener más presencia en las redes sociales para conocerla?

Si

No

¿Cuáles de estas redes sociales utilizas más? *

Facebook

YouTube

Twitter

Instagram

¿Por medio de que red social te gustaría informarte sobre algún tema? *

Facebook

YouTube

Twitter

Instagram

¿Qué clase de contenido miras en las redes sociales?

Información

Entretenimiento

Educación

Medio ambiente

¿Cuál de esta red social prefieres ver un video?

Facebook

YouTube

Twitter

Instagram

¿Qué red social recomendarías a una empresa para informar a las personas cuál es su función o a que se dedica? *

Facebook

YouTube

Twitter

Instagram

¿Por qué recomendarías esta red social a una empresa para darse a conocer?

Es la que más utiliza para compartir contenido

Es la más adecuada para darse a conocer

Es la más adecuada para ver un video de una institución o empresa

¿Para informarte de un tema que prefieres? *

Ver un video

Leer un texto

Ver una imagen

¿Por qué prefieres la opción anterior?

Se explica mejor la información del tema

Tiene más información

Es más llamativa la información



Captura de pantalla elaboración propia.

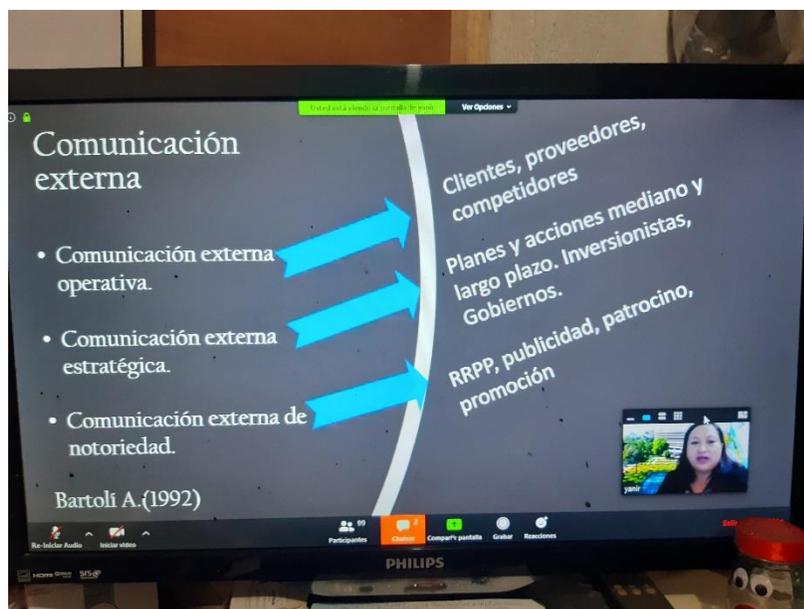
Link: <https://www.facebook.com/elmer.hernandez.7505/videos/3273157016086320>



Captura de pFLACSO-GUATEMALA

Link: <https://youtu.be/c8HqH-z7MtQ>

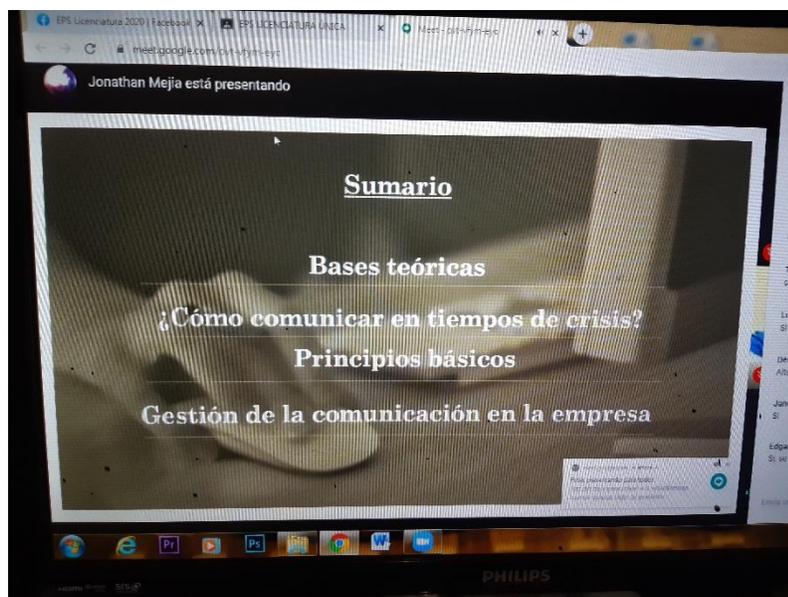
Videoconferencias



Licenciada Brenda Chacón con el tema: “Comunicación Organizacional”



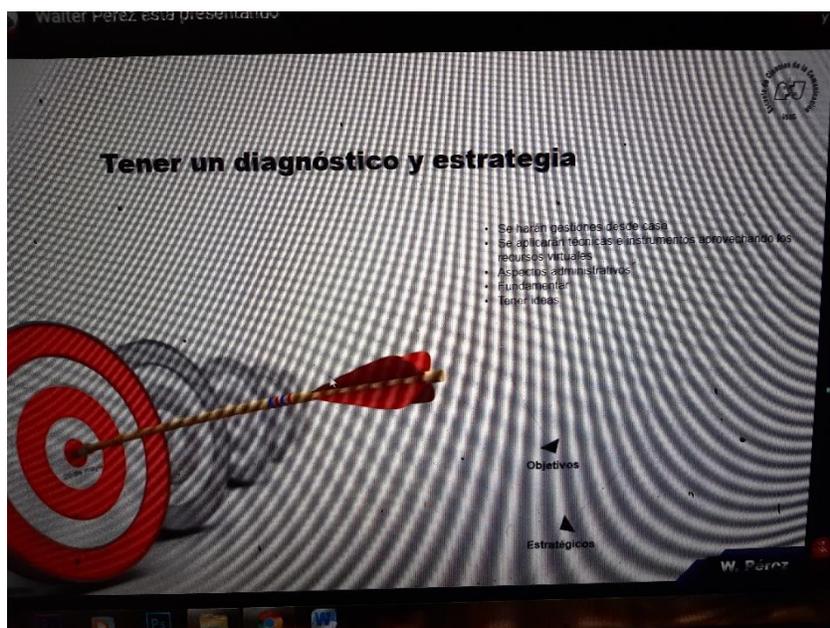
Lic. Sergio Rinaldi con el tema de: “Los grandes Retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías”



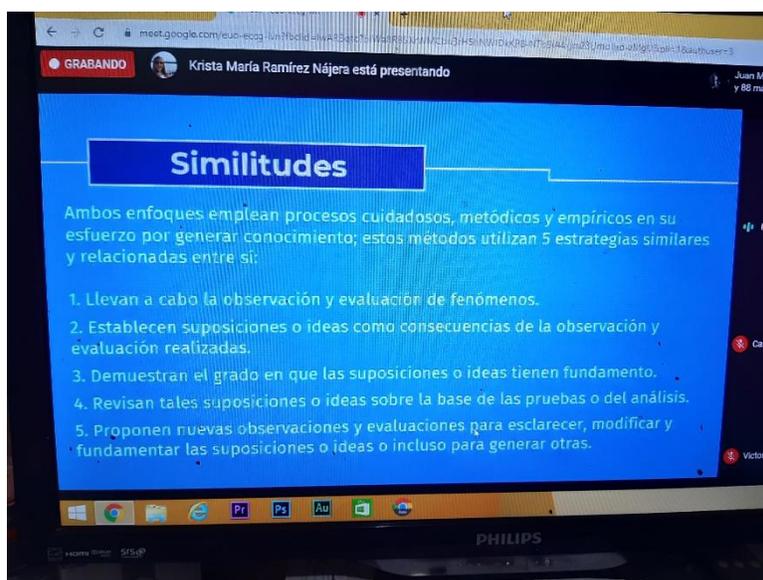
Licenciado Jonathan Mejía con el tema: “Comunicación en tiempos de crisis”



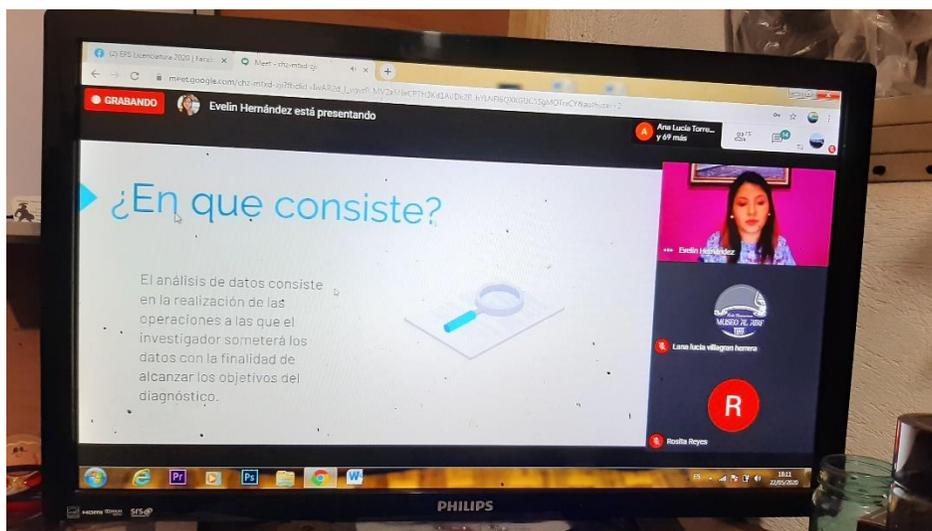
Licenciada Sandra de Corzo con el tema; “Árbol de Problemas y el FODA”



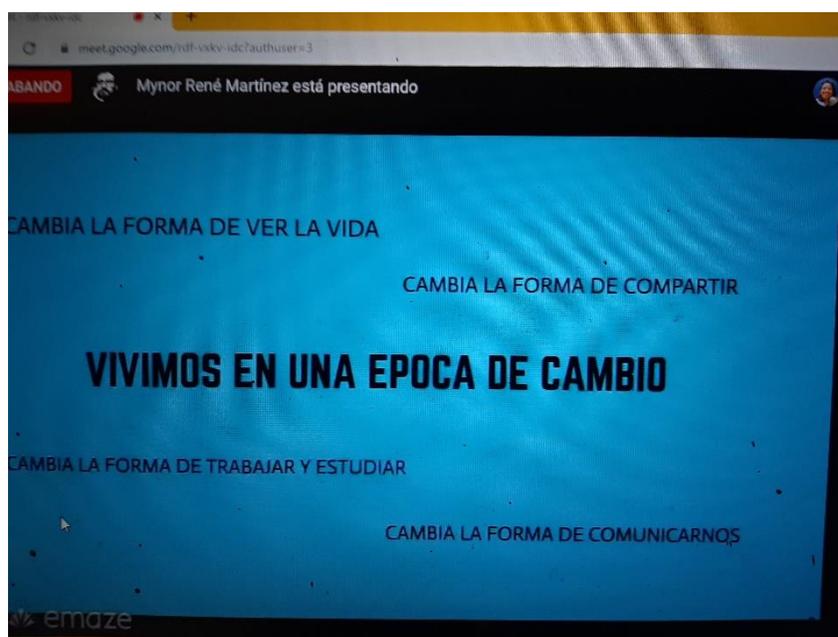
Máster Walter Pérez. Tema: "Redacción de objetivos para diagnóstico y estrategia de Comunicación"



Licenciada Krista Ramírez Tema "Enfoque Cualitativo y Cuantitativo"



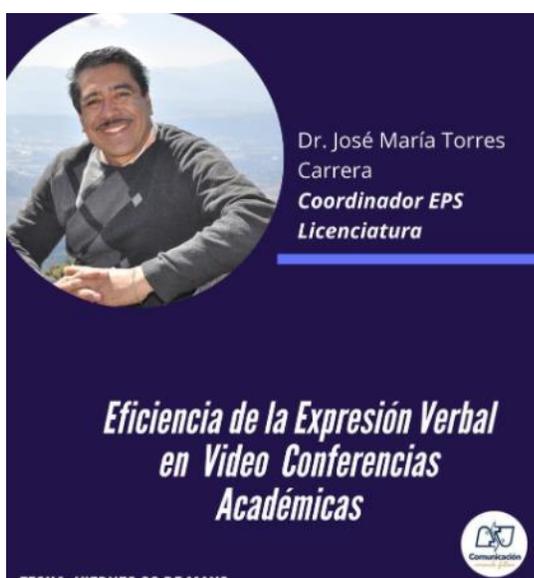
Máster Evelin Hernández. Con el tema: "Análisis de recopilación de Datos"



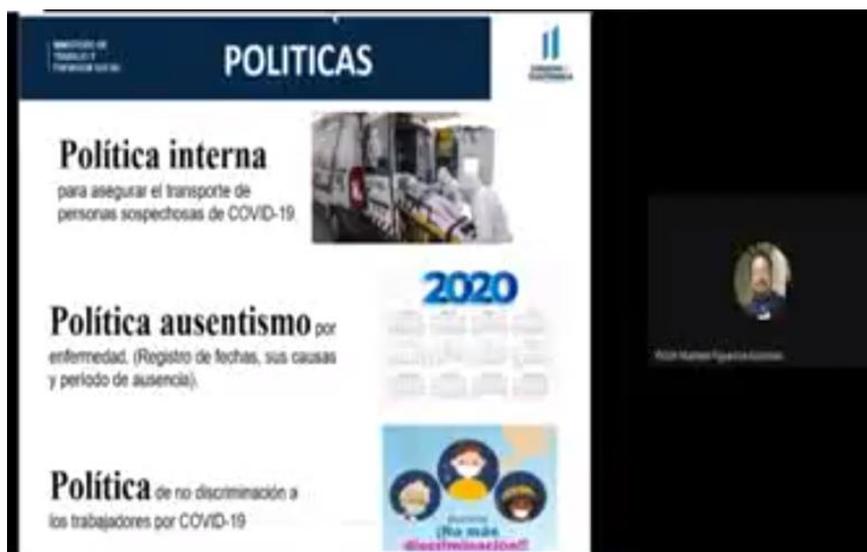
Licenciado Mynor Martínez con el tema: "Herramientas digitales para la nueva comunicación"



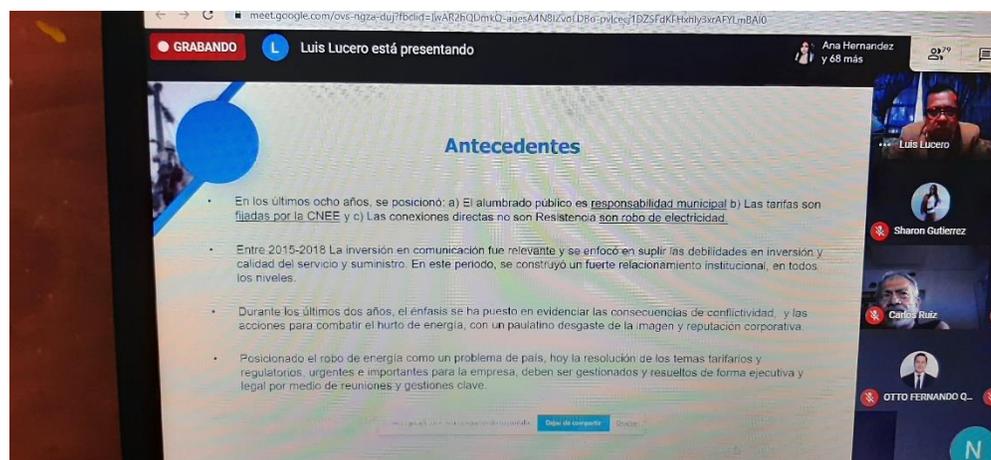
Máster Evelin Morazán. con el tema: "Barreras de la Comunicación"



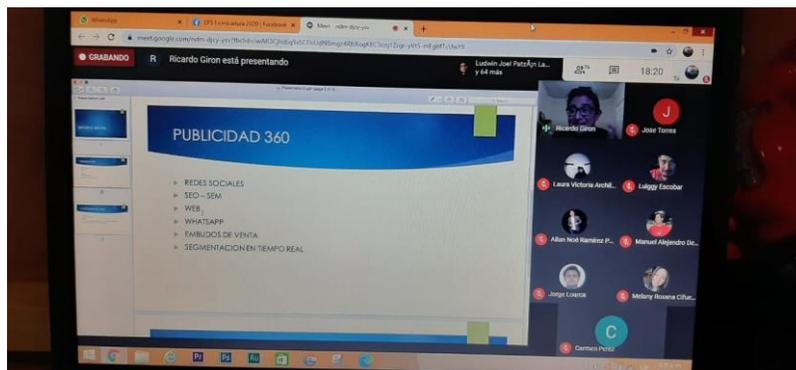
Dr. José María Torres con el tema: "Eficiencia de la Expresión Verbal en Video Conferencias Académicas"



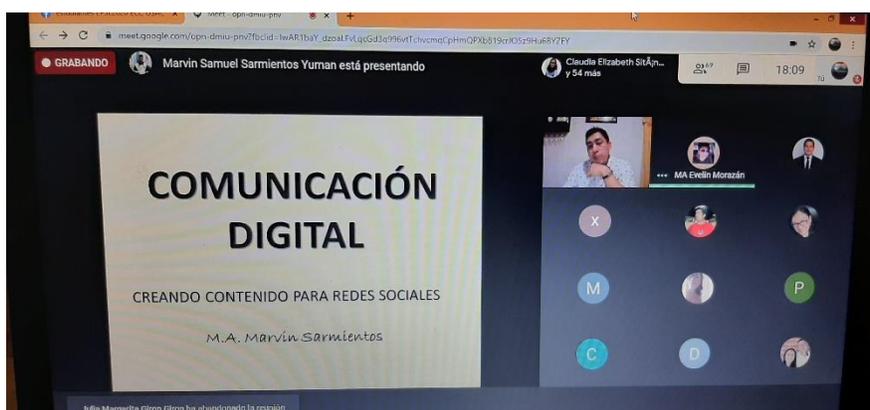
Víctor Figueroa con el tema: “Salud y Seguridad Ocupacional y Normas complementarias para la prevención de COVID-19 en los lugares de trabajo”



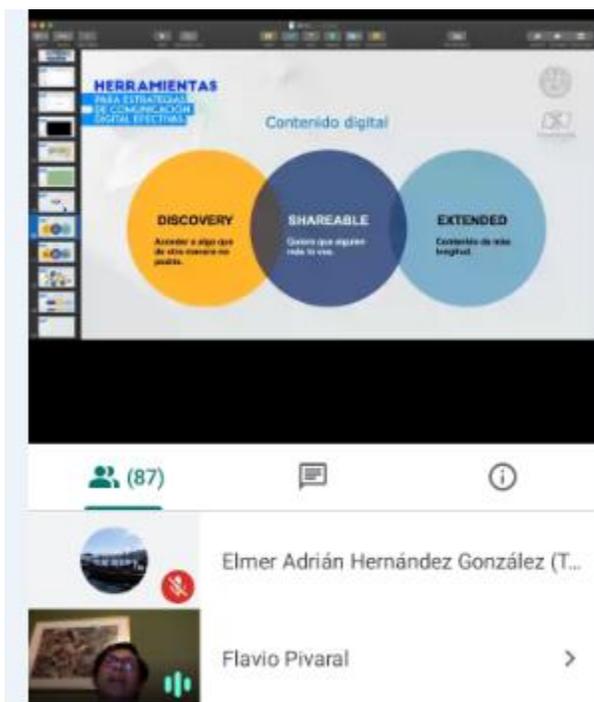
M. A. Maynor Amézquita con el tema: “Desarrollo del Plan de Comunicación”



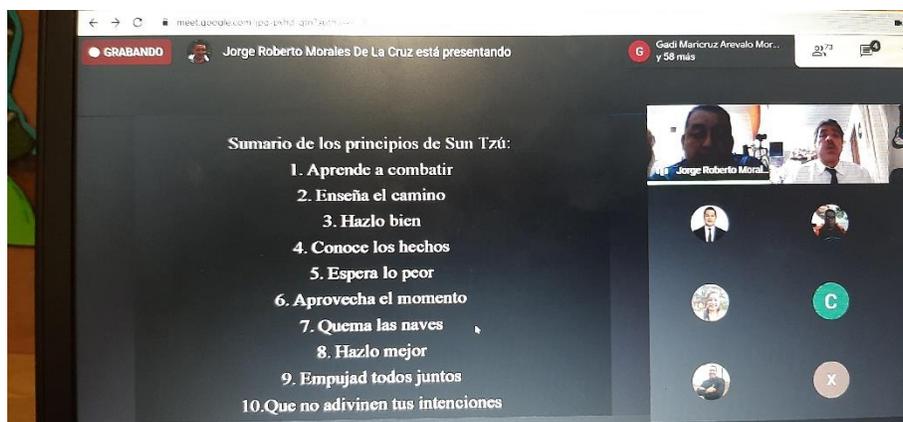
Ricardo Girón con el tema: “Manejo de herramientas digitales y medios de comunicación en la actualidad”



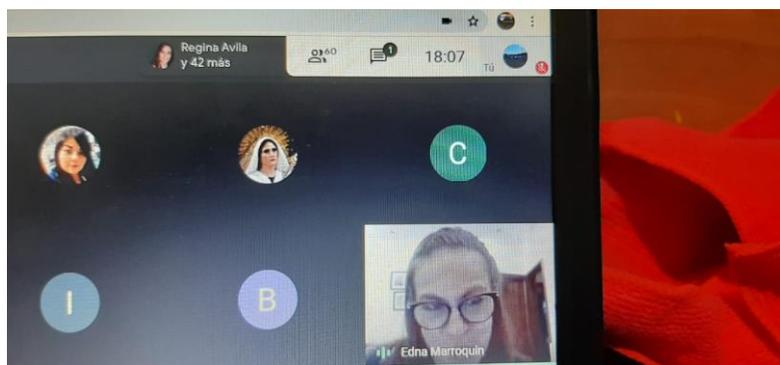
M.A. Marvin Sarmientos con el tema: “Creando contenido para las redes sociales”



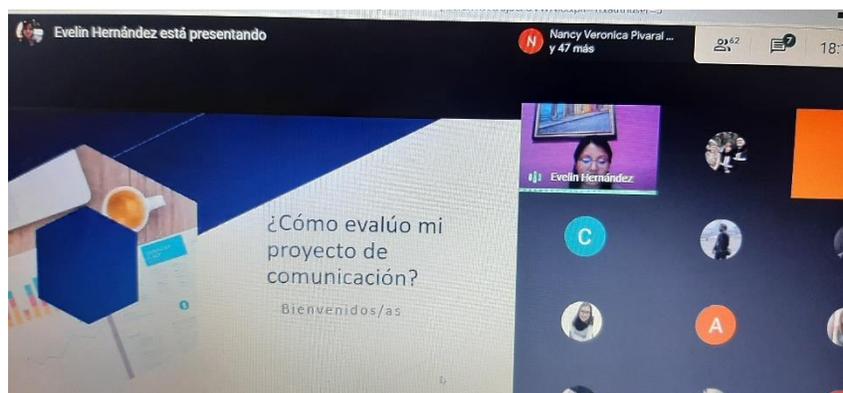
Flavio Pivaral con el tema: “Herramientas para estrategias de comunicación digital efectivas”



M.A. Jorge Roberto Morales con el tema: “El proceso de la estrategia de comunicación desde su concepto hasta la aplicación”



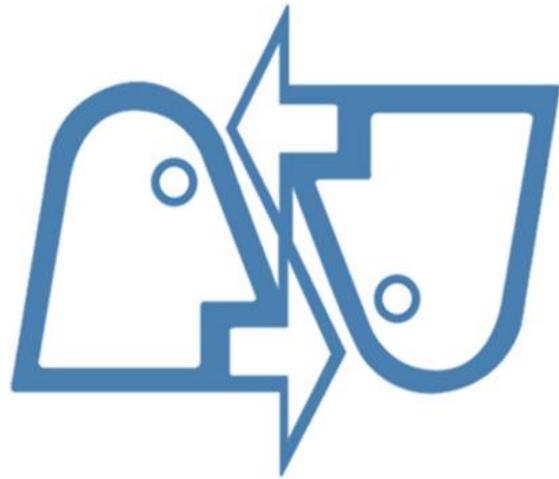
Licda. Edna Marroquín de León con el tema: “La importancia de la comunicación interna en tiempos de crisis”



M.A. Evelin Hernández con el tema: “¿Cómo evaluar mi proyecto de comunicación?”



Licda. Krista Ramírez con el tema: “Organizar, controlar y concluir.”



Comunicación
creando futuro