

ORQUESTA SINFONICA NACIONAL
ADMINISTRACION

R 20 ABR 2017 O

Hora: 10:02 Firma: Jeanette

Guatemala, 20 de abril, 2017
Producto/Resultado 02-2017

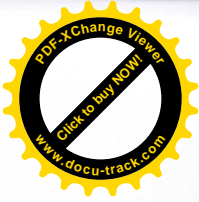
Licenciado
Maximiliano Antonio Araujo y Araujo
Viceministro de Cultura
Su despacho

Estimado Licenciado Araujo y Araujo:

De la manera más atenta me dirijo a usted con el propósito de presentarle mi primer producto de informe de resultado conforme a lo estipulado en el Contrato Administrativo por Servicios Profesionales Número 1,424-2017, aprobado mediante el Acuerdo Ministerial Número 199-2017, correspondiente al Segundo Producto e Informe.

Actividades Realizadas:

- I) Apoyar al Consejo Directivo en la difusión de los eventos a desarrollar por la Orquesta Sinfónica Nacional a sabiendas de la importancia de darlos a conocer a la población guatemalteca, para que cumpla su función de llevar la música académica a todos los ámbitos del país.
- II) Tener el contacto directo con los medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y entidades culturales para solicitar la promoción y divulgación de los diferentes conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional para lograr el público meta.
- III) Supervisar el proceso de diseño e impresión de programas de mano, afiches y mantas, para promover los eventos a realizar, los cuales deben llevar las especificaciones de diseño e imagen que indica la Dirección de Comunicación y Difusión del Ministerio de Cultura y Deportes;
- IV) Documentar la memoria de labores de forma gráfica y escrita, donde se plasme la actividad que desarrolla la Orquesta Sinfónica Nacional, como parte de los grupos artísticos de la Dirección General de las Artes, del Ministerio de Cultura y Deportes.



ANTECEDENTES

La Orquesta Sinfónica Nacional, perteneciente a la
Institución de la Cultura, es una de las más importantes y
antiguas de la ciudad de Bogotá. Fue fundada en el año
1937 por el Sr. Carlos Berrío, quien fue su primer director.
Desde entonces, ha sido una entidad artística de gran
prestigio y reconocimiento en Colombia y los países
vecinos.

En el año 2000, se elaboró una estrategia de comunicación para llevar a
cabida los proyectos y actividades de la Orquesta Sinfónica Nacional
ante el público en general. Esta estrategia se basó en la identificación de los
segmentos de la población a los que se dirigían los proyectos y en la
definición de los canales de comunicación más adecuados para cada uno de
ellos.

Estrategia de comunicación

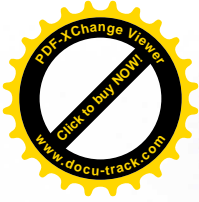
Informe sobre la Estrategia de Comunicación para lograr el acceso a los medios escritos, radiales y televisivos para la promoción y divulgación de los diferentes eventos de la Orquesta Sinfónica Nacional

Este informe tiene como objetivo principal presentar la estrategia de comunicación
elaborada para la promoción y divulgación de los diferentes eventos de la
Orquesta Sinfónica Nacional.

La estrategia de comunicación se basó en un estudio de diagnóstico que
identificó los segmentos de la población a los que se dirigían los proyectos y
en la definición de los canales de comunicación más adecuados para cada uno
de ellos.

Los canales de comunicación que se utilizaron fueron los medios escritos,
radiales y televisivos. Se elaboró un plan de comunicación que definió los
objetivos, los mensajes y los canales de comunicación para cada uno de los
eventos de la Orquesta Sinfónica Nacional.

Los resultados de la implementación de la estrategia de comunicación
mostraron un aumento en el número de personas que asistieron a los
eventos de la Orquesta Sinfónica Nacional.



ANTECEDENTES

Uno de los objetivos de la Orquesta Sinfónica Nacional, Patrimonio Cultural de la Nación (OSN Guatemala) es dar a conocer la música académica a la población guatemalteca, por lo tanto, la prioridad es apoyar al Consejo Directivo 2017 en la difusión de los conciertos y eventos que lleva a cabo esta entidad artística, de la Dirección General de las Artes del Ministerio de Cultura y Deportes.

Para que este cometido es necesaria una estrategia de comunicación para llevar a cabo la promoción y difusión de las actividades de la Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala. La parte introductoria de la estrategia de comunicación debe esbozar brevemente lo que hace la Orquesta Sinfónica, cuáles son sus principales funciones y dónde desarrolla su actividad.

Estrategia de comunicación

El éxito de un evento depende del cumplimiento de los objetivos de los organizadores, en este caso dar a conocer la música académica que la OSN interpreta, para obtener la mayor asistencia posible de público.

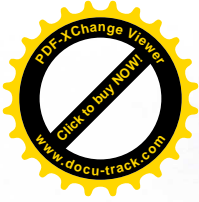
Para lograr esto, es necesario trabajar durante la etapa de planificación y lograr una estrategia de difusión que llegue a la audiencia objetivo a la cual le interese asistir a los conciertos.

En primer lugar tenemos que tener claro que, todo proyecto que se elabore con el fin de transmitir un mensaje, como es el caso de un concierto de la OSN Guatemala, necesita la participación de los medios de comunicación. Éstos conseguirán aumentar la transmisión de ese mensaje.

Claro que los medios de comunicación se interesen por un evento es complicado teniendo en cuenta que cada día se realiza un importante número de actos a los que los medios están invitados.

Por ello, se deben utilizar algunas herramientas para conseguirlo, como lograr tener el valor de una noticia, que no es más que el conjunto de características del evento que son reconocibles por los medios, como lo son: el nombre del director invitado, el programa de las obras musicales que se van a interpretar los maestros de la OSN Guatemala, el lugar o bien el escenario o teatro donde se presentará.

Estas características pueden conseguir despertar el interés del medio de comunicación y ayudarán a que la información se convierta en noticia.



Por ello, se tiene claro que una estrategia de difusión es un dispositivo que sirve para asegurar que los mensajes claves de un proyecto o iniciativa lleguen a su público y apoyen al logro de los objetivos planteados.

Una estrategia de difusión, para que sea efectiva, debe formar parte de un plan de comunicación integral de una organización o programa.

Lo ideal es formularla en base a un diagnóstico previo y una planificación por resultados, pero con un análisis de manera muy esquemática, tomando en cuenta que la difusión será para:

*Dar a conocer las actividades de la OSN como parte de un proyecto social, cultural y artístico de sus beneficios, ventajas y oportunidades para la audiencia.

*Lograr identificación de parte del público con los valores y visiones aunado a la propuesta musical para que los medios apoyen en su visibilidad y posicionamiento.

*Mostrar la experiencia y los resultados, de estas actividades para que la Orquesta sea vista como parte del desarrollo cultural del país.

Como se lleva a cabo

El éxito de un evento depende del cumplimiento de los objetivos de los organizadores. Entre esos objetivos sin lugar a dudas se encuentra el conseguir la mayor asistencia posible del público potencial. Para lograr esto, es necesario trabajar durante la etapa de planificación encontrando una estrategia de difusión que llegue a la audiencia objetivo y les interese asistir al concierto a difundir.

Para lograr esto, es necesario definir tres cuestiones:

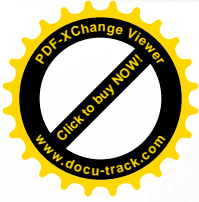
1-Cuál es el mensaje a comunicar

En lo que respecta al mensaje, es necesario que sea claro y que responda una serie de interrogantes que van a definir el interés o no del posible asistente a nuestro evento:

Las 5 W

What / Qué: En este punto hablamos de la denominación del evento, el nombre y sus contenidos.

Who / Quién: quién organiza, quiénes son los invitados especiales, oradores, moderadores y coordinadores.



Where / Dónde: La sede de la reunión, capacidad, servicios e infraestructura.

When / Cuándo: la fecha y duración del evento.

Why / Por qué: la temática y los objetivos que motivan la reunión.

A esto podemos sumarle una sexta pregunta:

How / Cómo será el desarrollo, el programa, los recursos, patrocinios y auspicios.

Conociendo cual es la identidad que se le quiere dar al evento, ayudará a establecer el mensaje que se quiere comunicar.

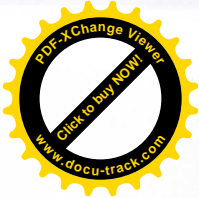
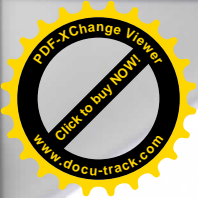
2- Cómo es el público al que se apunta

Por otro lado, es necesario analizar, el público objetivo, el TARGET, poder identificar a la audiencia, formulando cuál es el perfil de los potenciales asistentes. ¿Son formales o informales? ¿Son extremadamente serios o esperan un contacto más suelto y personal? No es lo mismo un Congreso de Medicina que un Concierto de Música Académica. Una vez que están bien claros estos puntos, determinar los canales más óptimos de difusión.

3- Nuevas tecnologías

Algo importante no dejar de lado la tecnología a la hora de programar una estrategia de comunicación a sabiendas de que ello ha hecho que la cultura se consuma de otra manera. Hace 30 años ir a un concierto clásico era una experiencia más atractiva, pues musicalmente representaba un acontecimiento especial. Para muchos antes de internet, el simple hecho de escuchar determinada obra era algo con un gran atractivo: había que esperar y tener suerte si la ponían en la radio o la programaban en un concierto. Hoy mediante el acceso inmediato a todo estamos sobre estimulados y es más difícil despertar la curiosidad y el interés, teniendo además los conciertos que competir con multitud de otros eventos y ofertas de ocio.

Curiosamente esto es un problema que no afecta tanto al jazz o al flamenco: por su carácter de improvisación e irrepetible, no han hecho sino ganar protagonismo. También la música antigua ha sabido buscar y encontrar sus propios espacios. Por ello, la música académica debe tener una estrategia de comunicación para darla a conocer.



Principales canales de difusión de un evento:

Sitios Web o Blog: Va a ser el lugar al cual acudan los potenciales asistentes para ampliar la información que reciben sobre el evento.

Correo Electrónico: Si se cuenta con una base de datos, puede ser muy eficiente, ya que podemos tener un alto alcance a muy bajo costo.

Redes Sociales: No alcanza únicamente con una web o blog, sino que es importante posicionar el evento en las redes sociales como facebook, twitter, linkedin y hasta youtube.

Correo Directo: Confección de Folleto informativo o "Anuncios" previos al evento y envío por correo postal. Este medio es más costoso y tomará más tiempo, ya que se debe diseñar e imprimir y luego hacer envío por correo postal para que llegue a los domicilios de la base de datos.

Promoción antes del evento: folletos, postales, tarjetas de los organizadores especiales.

Envío de información: mailing (a través del correo electrónico y/o postal).

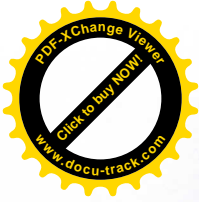
Planificación y calendarización de las acciones promocionales (a medida que se acerca la fecha del evento será más frecuente).

Participación en eventos previos

Publicidad: gráfica, radial y/o televisiva. En medios masivos y/o especializados

Actualización del sitio web y/o blog Acciones en las redes sociales (gratuitas y/o pagadas).

Prensa y difusión: Antes, durante y después del evento. Redacción y envío de notas y material a la prensa (digital, gráfica, audiovisual) para que publiquen el evento. Envío de nuevas notitas con actualización de las novedades del evento (mensual o semanal si falta poco para la reunión).



PROCEDIMIENTOS

ANEXOS

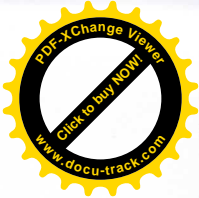
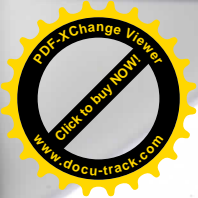
1. Se elabora como punto de partida el plan de promoción y publicidad solicitando apoyo a los medios de comunicación radiales, escritos, televisivos y redes digitales para divulgar la presentación de los conciertos.
2. Luego de este primer paso para la divulgación de estos conciertos, se redacta el comunicado de prensa con toda la información, en la cual se incluyen fotos actualizadas de la Orquesta Sinfónica Nacional, de los grupos de cámara, directores y solistas participantes. Material gráfico que luego se envía en correos masivos a los medios radiales, digitales, televisivos y escritos.
- 3- Asimismo se mandan invitaciones personales a la prensa especializada (al evento y, si los hubiera, a eventos particulares para la prensa).
- 4- Organización de una conferencia de prensa (durante o después del evento).
5. Después de enviar la información a medios se hace una programación de entrevistas con los medios de prensa televisión, buscando siempre su apoyo periodístico.

CONCLUSIONES

Una de las maneras de conocer resultados es el seguimiento de las publicaciones en los diferentes medios de comunicación y publicación de las conferencias post evento.

Para lograrlo es necesario e importante la realización de monitoreo de medios o sea un resumen de las publicaciones en los distintos medios, ello con la finalidad de controlar las publicaciones y medir sus repercusiones, para mejorar la estrategia de difusión de evento tras evento.

Esta estrategia de comunicación da la oportunidad de dar a conocer a la Orquesta Sinfónica Nacional, como entidad artística, perteneciente a la Dirección General de las Artes, del Ministerio de Cultura y Deportes.



ANEXOS

Por medio de la divulgación e información enviada para cada uno de los conciertos se logra el apoyo periodístico, el cual es importantísimo para que la población conozca los objetivos de la Orquesta Sinfónica Nacional como parte de los logros de la Dirección General de las Artes del Ministerio de Cultura y Deportes.

Una nota del diario matutino Prensa Libre

Buenos Aires, 1981

OSN dedica pieza a víctimas de Hogar Seguro

Orquesta sinfónica Nacional ofrece hoy siguiente conciertho de temporada.



El director de la Orquesta Sinfónica Nacional, Roberto D'Amico, anunció hoy que la Orquesta Sinfónica Nacional ofrecerá hoy su siguiente concierto de temporada. El programa incluye la obra "Hogar Seguro" de Roberto D'Amico, dedicada a las víctimas de la tragedia de la casa de la calle 10 y 11 de la ciudad de Buenos Aires.

El programa también incluye la obra "La música tiene que ser espontánea" de Roberto D'Amico, dedicada a las víctimas de la tragedia de la casa de la calle 10 y 11 de la ciudad de Buenos Aires.

El programa también incluye la obra "Yo no escogí la tuba, ella fue quien me eligió" de Roberto D'Amico, dedicada a las víctimas de la tragedia de la casa de la calle 10 y 11 de la ciudad de Buenos Aires.

PRENSA LIBRE

SI CONTAMINA PAGA

Se analizan incentivos fiscales en favor de cuidado medioambiental



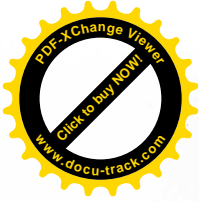
En memoria de 41 víctimas
Se realiza obra conmemorativa a fallecidos en Hogar Seguro

PROYECTO: Congresistas de FE, U.U. piden apoyo a Cileg

ACTUALIDAD: Alcalde Arzú recibe das reveses legales

CONTINUAN LOS PRECIOS DE AUTOFERIA VERANO

HOY: 1.200 L. 1.120 L.



Nota sobre el Concierto del 6 de abril



Links de donde se publican notas de prensa de las actividades de la OSN Guatemala

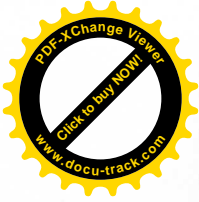
<http://quehacemosenguatemala.com/osn-guatemala-i-tn1702/>

<https://emisorasunidas.com/noticias/nacionales/las-ultimas-siete-palabras-cristo-la-cruz-concierto-dara-la-orquesta-sinfonica-nacional/>

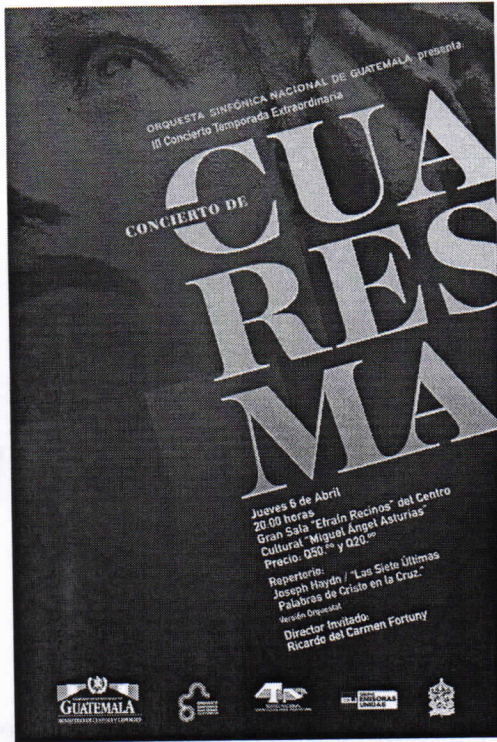
<http://www.cidnewsmedia.net/cultura.html>

Apoyo Institucional del Ministerio de Cultura y Deportes

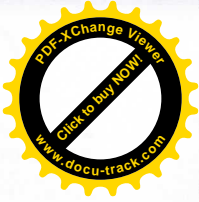
<http://mcd.gob.gt/orquesta-sinfonica-nacional-brindara-un-concierto-de-cuaresma/>



Ejemplo de cómo son los afiches digitales que se envían a los medios de comunicación para la divulgación de los conciertos.



*Primer Concierto
Temporada
Popular 2017*



*Tercer Concierto Temporada
de Cámara 2017*



Atentamente,

Licda. GLADYS PATRICIA SANCHEZ DE PALACIOS

JUAN GABRIEL YELA LOPEZ
PRESIDENTE CONSEJO DIRECTIVO
ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL

Vo.Bo.