

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN /
RELACIONES PÚBLICAS DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL
ANGEL ASTURIAS

Trabajo de TESIS presentado por:

BIANKA ADRIANA CABRERA MALDONADO

Previo a optar el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora de Tesis:
LICENCIADA ARACELLY KRISANDA MÉRIDA GONZÁLEZ

GUATEMALA, MARZO DE 2001

D. L.
14
T(291)

Director

Dr. Wangner Díaz Chosco

Comisión Directiva Paritaria

Representantes Docentes

Dr. Wangner Díaz Chosco

Lic. Douglas Barillas

Lic. Hugo Gálvez

Representantes Estudiantiles

Guilmar Ernesto Bobadilla Rodríguez

Roberto Elías Esquit Meza

Marco Julio Ochoa España

Secretaria

Licda. Miriam Isabel Yucuté

Tribunal Examinador

Licda. Aracelly Mérida (Presidente)

Lic. César Paíz (Revisor)

Licda. Silvia Búcaro (Revisora)

Lic. Douglas Barillas (Examinador)

Lic. Donald Vázquez (Examinador)

Lic. Victor Ramírez (Suplente)



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

Guatemala, 6 de marzo de 2001
ECC-283-01

Señorita
Bianka Adriana Cabrera Maldonado
Esc. Ciencias de la Comunicación

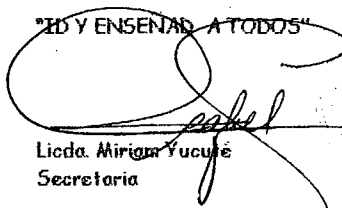
Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 6.1 Punto SEXTO, del Acta No. 05-01 de sesión celebrada el 27-2-01.

"SEXTO:...6.1:... Comisión Directiva Paritaria ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN/RELACIONES PUBLICAS DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANSEL ASTURIAS, presentado por la estudiante BIANKA ADRIANA CABRERA MALDONADO, Carné No. 9115857, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Douglas Barillas, Lic. Donaldo Vásquez (titulares) y Lic. Víctor Manuel Ramírez (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Licda. Aracelly Mérida (Presidente), Licda. Silvia Búcaro y Lic. César Paiz, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"DÉ Y ENSEÑAR A TODOS"


Licda. Miriam Yucule
Secretaria

MY/lm

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 15 de Febrero de 2001.

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:


Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____
Bianka Adriana Cabrera Maldonado

Carnet No. 9115857, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____
DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACION/RELACIONES PUBLICAS DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL
ANGEL ASTURIAS.

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,


"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Miembro Comisión Revisora
LICDA. SILVIA BUCARO



Miembro Comisión Revisora
LIC. CESAR PAIZ



Presidente Comisión Revisora
LICDA. ARACELLY MERIDA

cc/estudiante
archivo
correlativo



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

Guatemala, 15 de febrero de 2,001
ECC 117-01

Señorita estudiante
Bianka Adriana Cabrera Maldonado
Esc. Ciencias de la Comunicación

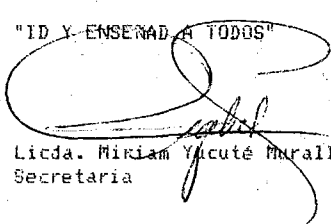
Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 8.2, del Punto OCTAVO, del Acta No. 02-01 de sesión celebrada el 12 de febrero de 2,001.

"OCTAVO:... 8.2... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: Autorizar que la Licda. Aracelly Mérida sustituya como asesora a la Licda. Graciela Maively Escobar, quien se encuentra de viaje y no puede continuar asesorando, el trabajo de tesis de la estudiante BIANKA ADRIANA CARRERA MALDONADO, Carnet No. 9115857."

Sin otro particular,

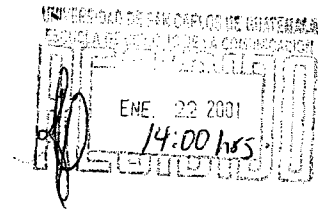
"ID Y ENSEÑAR A TODOS"


Licda. Miriam Yucuté Marralles
Secretaria



MYM/lm
cc. Comisión de Tesis

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



Guatemala, 19 de enero de 2001

Señores
Comisión Directiva Paritaria
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente

Distinguidos Señores:

Por medio de la presente les informo que por motivo de viaje, no podré seguir asesorando a la señorita Blanca Adriana Cabrera Maldonado, Carnet No. 91 15857, en su tema: **Diagnostico y Propuesta de Comunicación/Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Angel Asturias**. Por tal razón solicito adjudiquen a la Licenciada Aracelly Mérida, para que realice los detalles de asesoría que corresponden, en virtud de que ella a seguido muy de cerca el desarrollo de la tesis.

Sin otro particular, mas que agradeciendo su colaboración,

Deferentemente,

Licda. Graciela Maively Escobar Sandoval

c.c. archivo estudiante
Licda. Aracelly Mérida
Comisión de Tesis



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

Guatemala, 12 de octubre de 2000
ECC-1,218-00

Señorita
Bianka Adriana Cabrera Maldonado
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 11.6 del Punto DECIMO PRIMERO, del Acta No.38-00 de sesión celebrada el 05-10-2000.

"DECIMO PRIMERO: ...11.6:... Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: nombrar a los profesionales Licda. Graciela Maively Escobar Sandoval (presidenta), Licda. Silvia Búcaro y Lic. César Paiz, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de la estudiante **BIANKA ADRIANA CABRERA MALDONADO**, Carné No. 9115857, cuyo título es: "DIAGNOSTICO DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS, SU IMAGEN Y UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PUBLICAS."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/rmr
cc. tesis

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



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

Guatemala, 26 de septiembre de 2000
ECC - 1131-00

Señorita estudiante
Bianka Adriana Cabrera Maldonado
Esc. Ciencias de la Comunicación.

Estimada estudiante:

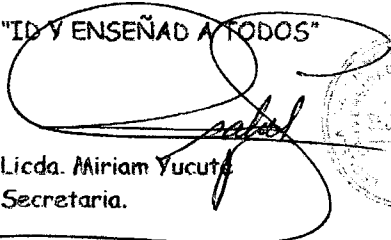
Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Punto DECIMO CUARTO, del Acta No. 35-00, de sesión celebrada el 11/09/2000.

"DECIMO CUARTO: ...

Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante BIANKA ADRIANA CABRERA MALDONADO CARNÉ No. 9115857, el trabajo de tesis: DIAGNOSTICO DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS, SU IMAGEN Y UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN/RELACIONES PUBLICAS. b) nombrar como asesora a la Licda. Graciela Maybely Escobar Sandoval."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Miriam Yucuta
Secretaria.

MY/rlr.
c.c. Tesis

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA

Acto que dedico

A Dios

Por iluminar mi camino y regalarme sabiduría.

A la Virgen María

Porque he sentido tu dulce compañía.

A Mi Mamí y Papi

Gracias por su lucha, sacrificios y buen ejemplo. Los amo.

A Mis Hermanos

Gustavo, Sayda y Karina, por su comprensión y apoyo constante. Que este éxito sirva de ejemplo y puedan llegar aun más lejos.

A Mis Tías, Tíos y Abuelitos

En especial a Mama por estar conmigo siempre.

Al Doctor Juan Francisco Subuyuj

Gracias por tu amor, respeto y confianza en que podía alcanzar esta meta.

A Mis Amigas y Amigos

Su amistad es un verdadero tesoro.

A Mis Maestros

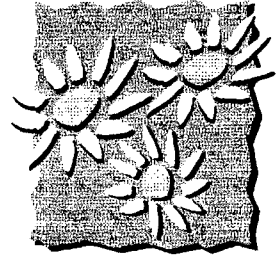
Que a lo largo de este camino compartieron sus conocimientos con fe, en que su cosecha daría buenos frutos.

A Gustavo Cabrera, Geovanni Cabrera y Byron Quiñonez

Por ayudarme a diseñar y lograr que este trabajo fuera un éxito.

A Quienes tienen en sus manos este trabajo de tesis.





Agradecimiento

A la Licenciada Aracelly Krisanda Mérida González, por asesorar y confiar en este trabajo de tesis.

A la Licenciada Graciela Maively Escobar de Cheng, por compartir tus conocimientos, tiempo y disponibilidad para colaborar incondicionalmente. Por haber hecho este sueño, hoy realidad, tuyo también.

Al Centro Cultural Miguel Angel Asturias, por permitir este trabajo.

Para efectos legales, únicamente el tesinado es responsable del contenido de este trabajo.

INDICE

RESUMEN
INTRODUCCIÓN
OBJETIVOS

CAPITULO I

1. COMUNICACIÓN

1.1 Conceptualización de la Comunicación.....	1
1.2 El Proceso de Comunicación.....	1
1.3 Comunicación Social.....	3
1.4 Tipos de Comunicación.....	3
1.5 La Opinión Pública.....	5
1.6 Los Públicos.....	6
1.6.1 Clasificación de los Públicos.....	7

CAPITULO II

2. RELACIONES PÚBLICAS

2.1 Antecedentes Históricos.....	8
2.2 Definiciones de las Relaciones Públicas.....	8
2.3 Relaciones Públicas, Ciencia de la Comunicación.....	11
2.4 Objetivos de las Relaciones Públicas.....	11
2.5 El Proceso de las Relaciones Públicas.....	12
2.6 Fundamentos de las Relaciones Públicas.....	14
2.7 Intenciones de las Relaciones Públicas.....	15
2.8 Relaciones Públicas con los Medios de Comunicación.....	16
2.9 Las Relaciones Públicas como medio de persuasión.....	17
2.10 Modelos de Relaciones Públicas.....	18
2.11 Los Instrumentos de las Relaciones Públicas.....	21
2.11.1 Hacia el Exterior.....	21
2.11.2 Hacia el Interior.....	23
2.12 Las Relaciones Públicas, la Propaganda y la Publicidad.....	24
2.13 El Profesional de Relaciones Públicas.....	26
2.13.1 Funciones.....	26

2.13.2 Tipo de comunicación que debe manejar un Relacionista Público	27
2.13.3 Compromiso de un Relacionista Público.....	27

CAPITULO III

3. ARTE Y CULTURA

3.1 Arte.....	28
3.2 Clasificación de las Artes.....	29
3.3 Artes Plásticas.....	31
3.4 El Teatro.....	31
3.5 Historia del Arte en Guatemala.....	32
3.5.1 Pintura.....	33
3.5.2 Música.....	33
3.5.3 El Teatro en Guatemala.....	33
3.6 Cultura.....	34

CAPITULO IV

4. EL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS.....	35
4.1 Datos importantes del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias..	37
4.2 Teatro de Cámara.....	38
4.3 Gran Teatro Nacional.....	38
4.4 Teatro al Aire Libre.....	39

CAPITULO V

METODOLOGÍA.....	40
------------------	----

CAPITULO VI

ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	42
-----------------------------	----

CAPITULO VII

7. PROYECTO DE APOYO EN EL AREA DE COMUNICACIÓN/RELACIONES PÚBLICAS, PARA EL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS

.....	60
7.1 Propuesta al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias	61
7.2 Propuesta para el Departamento de Relaciones Públicas.....	63
7.3 Propuesta de Estrategia de Comunicación.....	69
7.3.1 Comunicación Interna.....	69
7.3.2 Comunicación Externa.....	70
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES.....	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
ANEXOS.....	78

RESUMEN

TÍTULO

DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN / RELACIONES PÚBLICAS
DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS.

AUTOR

BIANKA ADRIANA CABRERA MALDONADO

UNIVERSIDAD

SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNIDAD ACADÉMICA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROBLEMA INVESTIGADO

¿Cuál es la imagen actual interna y externa, del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER INFORMACIÓN

Se recopiló información documental necesaria sobre Comunicación, Relaciones Públicas, Arte y Cultura, la historia del Teatro en Guatemala, así como del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

Se entrevistó a los Directivos y jefes de los diferentes departamentos del Centro Cultural, personeros del Ministerio de Cultura y Deportes, y a personalidades del arte teatral. Asimismo, se realizó una encuesta dirigida al público exterior, para conocer su opinión acerca del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, su imagen, entre otros datos. También se llevó a cabo una observación física del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

RESULTADOS OBTENIDOS

El complejo arquitectónico denominado Centro Cultural Miguel Angel Asturias, es un Patrimonio Cultural, creado con la finalidad de promover el arte y cultura en todas sus manifestaciones. Sin embargo, el diagnóstico realizado reveló que la falta de presupuesto financiero lo ha deteriorado físicamente, a nivel comunicacional y relaciones públicas su nombre NO ocupa espacio en los medios escritos, radiales y televisivos, para lograr determinada opinión de los usuarios hacia el mismo.

PROPUESTA

En base a los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado se elaboró una propuesta, compuesta de tres aspectos:

1. Se le sugiere a la Dirección tomar en cuenta la Misión, Visión, Objetivos, Valores y Funciones generales, creados para lograr su fortalecimiento interno.
2. Se dan las recomendaciones necesarias para que el departamento de Relaciones Públicas cumpla su función.
3. Se elaboró una Estrategia de Comunicación/Relaciones Públicas, tanto a nivel interno como externo, que genere una imagen de importancia para la opinión pública y buscar fondos con diferentes instituciones y organizaciones.



INTRODUCCIÓN

Con el fin de llenar el vacío que deja la desaparición del Teatro Colón, después de muchos años, durante el gobierno del General Idigoras Fuentes, se comienza a impulsar la creación del Teatro Nacional, el cual se inauguró el 16 de junio de 1978, el 10 de mayo de 1979 se le denomina Centro Cultural de Guatemala y finalmente el 26 de junio de 1987, según Artículo 1 decreto número 35-87 del Congreso de la República de Guatemala, se le denomina "CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS".

"El Centro Cultural Miguel Angel Asturias es uno de los más importantes a nivel latinoamericano en cuanto a su funcionamiento," según lo afirma el arquitecto Carlos Corcuera, Agregado Cultural de la Embajada de México en Guatemala (comunicación personal, junio 9, 2000) además su diseño lo hace "ser único en el mundo".

Es por ello que este trabajo se desarrolló con la finalidad de realizar un Diagnóstico del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, para conocer su imagen tanto a nivel interno como externo.

En el primero y segundo capítulo se describe los conocimientos básicos de lo que es la COMUNICACIÓN (fundamento social) y "RELACIONES PÚBLICAS" palabras que se escuchan en Instituciones, Empresas u Organizaciones que conocen y valoran los cambios que se generan a través de ellas, pues la utilizan como una herramienta eficaz para lograr la aceptación y entendimiento mutuo con su público usuario o cliente. Para que estas se desarrollen correctamente "como ciencia de la comunicación," es imprescindible conocer diversas estrategias que permitan el logro de los objetivos y metas propuestas por una Institución.

En el tercer y cuarto capítulo se da una breve explicación de arte y cultura, las cuales son la expresión de sentimientos, ideas y emociones de un hombre o de toda una sociedad. Luego, se describe la Historia del Arte en Guatemala para ir descubriendo como se ha desarrollado el Teatro, cuya actividad escénica es un proceso formativo, con beneficios morales y espirituales, una recreación constructiva y emoción maravillosa.

Después de la teoría se desarrolla una metodología, la cual es necesaria para conocer la situación actual del Centro Cultural y la imagen que genera a sus públicos. Finalmente, se hace una propuesta basada en los resultados obtenidos, los que reflejan la necesidad de mejorar la Comunicación de la Institución a nivel interno y externo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un diagnóstico del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, para conocer su imagen interna y externa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1- Identificar la situación actual del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, para seleccionar las estrategias adecuadas de comunicación que deben aplicarse.
- 2- Proponer el funcionamiento y organización adecuada, para impulsar las Relaciones Públicas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.
- 3- Aportar soluciones dirigidas a resolver problemas de comunicación interna y externa, detectados en la institución analizada.

OBJETIVOS

CAPITULO I

1. COMUNICACIÓN

1.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN:

Comunicar significa compartir información entre un destinatario y un destinatario. No es lo mismo la transmisión: ésta no implica compartir sino solamente transferir información. En este caso el destinatario asume un papel meramente receptivo. Para que exista comunicación se requiere, pues, la intención de poner en común un mensaje. (Albizúrez 1984:22)

Se le llama comunicación al proceso por el cual los seres vivos dan cuenta de su existencia y se abren en busca de contactos y respuestas. (Castellanos y Toledo 1997:31)

Para Pedroni (1996:122) "La comunicación es inherente a la esencia social del hombre y la mujer, pues nos comunicamos para poder interrelacionarnos y así establecernos como seres sociales".

En conclusión: Comunicación es el proceso mediante el cual se intercambian ideas, sentimientos o creencias con otras personas a través del lenguaje oral o escrito, representaciones visuales, gestos o imitaciones.

1.2 EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Toda Comunicación supone un intercambio de señales entre un emisor y un receptor, y el recurso a un sistema de codificación y decodificación que permita expresar e interpretar los mensajes. Según Lambin (1995:521-522) los elementos de este proceso son:

- "El emisor, es decir, el individuo o la organización que origina la comunicación.
- La codificación, o el proceso por el cual se transforman las ideas en símbolos, imágenes, formas, sonidos, lenguaje, etc.
- El mensaje, el conjunto de símbolos transmitidos por el emisor.
- Los medios, o las vías y canales a través de los cuales el mensaje es transportado del emisor al receptor.
- La decodificación, o el proceso por el cual el receptor aplica una significación a los símbolos transmitidos por el emisor.
- El receptor de la comunicación, es decir, la persona o conjunto de personas a quienes está destinado el mensaje".

- La **respuesta**, o el conjunto de reacciones del receptor después de la exposición al mensaje.
- El **efecto de retroalimentación**, o la parte de la respuesta del receptor que es comunicada al emisor.

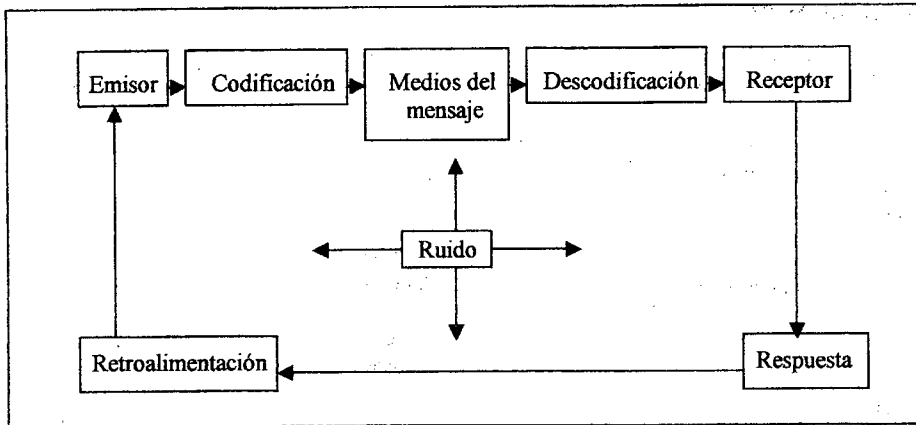


Figura 1. El proceso de comunicación. Fuente: Kotler P. (1988)

Lambin (1995:522) considera que para obtener una comunicación eficaz es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

- ☆ **Objetivos de la Comunicación:** Los emisores deben determinar con precisión el público objetivo que quieren alcanzar y el tipo de respuesta que desean obtener.
- ☆ **Ejecución de mensajes:** Los mensajes deben de ser expresados tomando en consideración el campo de experiencia del usuario del producto y la manera en que la audiencia-objetivo tiene tendencia a descodificar los mensajes.
- ☆ **Plan de medios:** El emisor debe transmitir los mensajes a través de los medios de comunicación que alcancen efectivamente el objetivo deseado.
- ☆ **Eficacia de la comunicación:** El emisor debe evaluar los efectos de retroalimentación de la comunicación de manera que conozca las reacciones del público-objetivo a los mensajes comunicados.

1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL:

Comunicar viene del latín *communis*, que significa "lo que es común." Según Gil (1978:17) comunicar es: "Dar participación a otro de lo que uno tiene, es hacer que unos y otros tomen parte, es "hacer común" algo."

Cuando se habla de Comunicación Social, en realidad se está haciendo una redundancia, pues toda comunicación es un hecho social. Desde el momento en que dos individuos se acercan, se relacionan, se entienden, hacen algo mutuo y se influyen, se realiza un enlace que constituye un proceso social, pues supera lo individual en oposición al aislamiento. Podrá haber expresiones e informaciones que no sean sociales, pero no hay comunicación que no lo sea. En la teoría, el conocimiento de toda acción social es a su vez un conocimiento de comunicación y viceversa.

1.4 TIPOS DE COMUNICACIÓN

Según Albizúrez (1984:24-25) la comunicación se puede dar de varias maneras:

- 1.4.1 Cercana: dos personas que charlan una junto a la otra.
- 1.4.2 Distante: la que se establece por medio del teléfono o la radio.
- 1.4.3 Unidireccional: cuando el destinatario no tiene posibilidad de intercambiar mensajes con el destinador (por ejemplo, una carta circular o un periódico).
- 1.4.4 Bidireccional: cuando entre destinador y destinatario puede existir un inmediato intercambio de mensajes (por ejemplo, la comunicación telefónica o la de los radioaficionados).
- 1.4.5 Interindividual: cuando el alcance de los mensajes se reduce a un pequeño grupo de personas.
- 1.4.6 De difusión masiva: cuando el mensaje puede alcanzar a gran cantidad de individuos.

Berlo (1992:9), indica que el propósito de la comunicación debe de ser:

- ☆ "No contradictorio ni lógicamente inconsistente consigo mismo.
- ☆ Centrado en la conducta, es decir, expresado en términos de la conducta humana.
- ☆ Lo suficientemente específicos como para permitirnos relacionarlo con el comportamiento comunicativo real.
- ☆ Compatible con las formas en que se comunica la gente".

1.5 LA OPINIÓN PÚBLICA

A lo largo de la evolución cultural, la Opinión Pública, ha sido reconocida por grandes pensadores y observadores sociales, Monclús (1990:69) menciona algunos:

“**Aristóteles** citaba su papel como apoyo o como fermento de destrucción del poder. **Maquiavelo** decía que lo importante era el efecto del pueblo, porque es el más fuerte y el más poderoso. **William Temple** y **Rousseau** reconocían la idea de que existe una fuerza llamada Opinión Pública.

James Russel Lowell ha llegado a decir que la presión que ejerce la Opinión Pública es comparable a la de la atmósfera. *No se puede ver pero no por ello deja de pesar.*”

En la actualidad los hombres son fuertemente influenciados por los Medios de Comunicación, que entre sus atributos más importantes es el acompañamiento de su desarrollo con el de la sociedad de masas, pone a todos los individuos sin distinción en relación con las noticias del mundo.

Una idea muy aceptada de cómo se forma y al mismo tiempo define la Opinión Pública, es la propuesta de Rivadeneira (1992:125-132)

“La opinión pública es, por su formación, un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común y que se origina en las formas comunicativas humanas, en procesos individuales, primero, y en procesos colectivos, después, en diversos grados, según la naturaleza de las informaciones compartidas por los individuos, a la vez que influidas por los intereses particulares de los grupos afectados.”

También menciona algunas de las etapas básicas por las que atraviesa el fenómeno:

- a) Disposición individual y clima comunicativo.
- b) Información a través de medios masivos, e información no tecnificada: personal, recíproca y directa.
- c) Intercambio de puntos de vista entre los miembros del grupo social, que equivale a procesamiento de información, input energético importado.
- d) Problematicación del hecho. Qué es lo que afecta y por qué; cuál es su importancia.
- e) Confrontación de puntos de vista con miras a integrar elementos básicos de coincidencia.
- f) Proposición de vías de solución o alternativas a los aspectos y variantes que ofrece el problema.
- g) Debate en torno a las proposiciones.

- h) Acuerdo más o menos compartido sobre el modo que es o parece ser la vía de solución. Este puede ser controvertido por minorías, pues un acuerdo total es imposible.
- i) Estimulación del consenso para pasar a la acción y completar el proceso, retroalimentando la información.
- j) Difusión del criterio finalmente admitido por la "mente colectiva"; hecho que rebota en el mismo grupo y en cada uno de los miembros por efecto de los mismos medios empleados para la información originaria y la retroalimentación.

Black (1993:59) menciona el punto de vista del profesor Dr. Edward L. Bernays acerca de: La Opinión Pública. El cual puede resumirse como una acción positiva que puede utilizarse:

- Para reforzar opiniones favorables.
- Para transformar actitudes latentes en creencias positivas.
- Para modificar o neutralizar opiniones hostiles o críticas.

1.6 LOS PÚBLICOS:

¿Quién es el público? "Es todo el mundo que está dentro del campo de acción de una empresa o negocio. Unas veces, este campo tiene límites locales; otras, es universal. Es más importante cultivar al público porque sus opiniones y sus actitudes son las que determinan la acentuación o fracaso de un producto." (Antona 1991:59)

H. y P. Lloyd (1993:31), "Composición de innumerables grupos con intereses comunes, eso es el público: niños, mujeres, hombres, profesores, jubilados, amas de casa, empresarios, deportistas." Identificar los sectores del público o "los públicos", es un problema de gran importancia por resolver, para las relaciones públicas. El plan de relaciones públicas puede tratar de distintas maneras con grupos muy diferentes, como jóvenes y jubilados.

Resulta interesante preparar una lista de "los públicos" a los que se relaciona la organización. Se pueden clasificar en: gobiernos nacionales; partidos políticos; departamentos gubernamentales y corporaciones locales; competidores directos e indirectos; sociedades industriales y comerciales; la comunidad comercial; grupos públicos de investigación; sindicatos; medios de comunicación de masas; comunidades académicas y artísticas, estudiantes de primaria y secundaria; grupos étnicos; consumidores; ecologistas; personas que llevan a cabo actividades políticas; y otros grupos de presión y personas que tengan influencia sobre la opinión pública.

"Hay quien dice que relaciones públicas significa <hacer algo bien y atribuirse el mérito por ello>".



1.6.1 CLASIFICACIÓN DE LOS PÚBLICOS:

Para poder evaluar sus opiniones y actitudes, dirigir mensajes a grupos con mayor homogeneidad y establecer su relación con la organización se hace necesario clasificar los públicos.

Matute(1999:17) menciona: "En el caso de una dependencia gubernamental, los públicos se constituyen por otros organismos oficiales, el personal de todos los niveles, los organismos representativos, la ciudadanía, los partidos políticos y la opinión pública nacional e internacional."

Bonilla (1988:17-18) divide a los públicos de acuerdo con la cercanía e importancia de la relación con la organización. Identificando así tres tipos de públicos:

- **Público Interno:** Se integra por obreros, empleados, mandos intermedios, directivos, accionistas.
- **Público Mixto:** Lo integran distribuidores, concesionarios, proveedores.
- **Público Externo:** Clientes o usuarios (actuales y potenciales), vecinos de la zona de ubicación de la organización, competidores, organizaciones similares, organismos financieros, organismos representativos, organismos gubernamentales, medios informativos, instituciones científicas y de enseñanza, la comunidad en general.

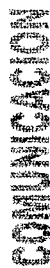
Antona (1991:64), presenta la clasificación de los públicos en dos grupos muy importantes:

1- Público Interno:

- Accionista
- Empleados

2- Público Externo:

- Proveedores
- Inversores
- Distribuidores
- Entidades Financieras
- Clientes
- La Prensa
- Público en general
- Administraciones
- Gobierno



CAPITULO II

2. RELACIONES PÚBLICAS

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS:

Las Relaciones Públicas son tan antiguas como la humanidad misma, pues la necesidad de vivir en sociedad conduce al hombre a descubrir que "el llevarse bien con los demás" es esencial para mantenerse y crecer dentro de la sociedad misma, que basados en el principio de "No hacer a otros lo que no deseo que me hagan a mí", origina la colaboración de unos con otros por la supervivencia.

A través de un suceso muy importante en la historia, como la invención de la imprenta - Gutemberg siglo XV-, Las Relaciones Públicas encuentran el poder del medio escrito.

El abogado Dorman Eaton, (citado por Bonilla 1988:51) nombra por primera vez Relaciones Públicas en el discurso de graduación en Yale en 1882, sin embargo, el éxito del término se debe a Edward Bernays (1891-1992), a quien muchos consideran "El padre de las Relaciones Públicas". Como su tío, Sigmund Freud, dedicó su vida al estudio de la mente humana, especialmente la psicología de masas y a establecer cómo la opinión pública puede influenciarse efectiva y honorablemente. Bernays abrió su oficina en 1919 e inventó la denominación de "Consejero en Relaciones Públicas". Desde 1921 se comenzó a impartir en las universidades de Wisconsin y Princeton una serie de cursos sobre Relaciones Públicas.

A Edward Bernays le disputa la paternidad de las Relaciones Públicas Ivy Ledbetter Lee (1,877-1,934) graduado como periodista en Princeton quien creó y practicó lo que podrían considerarse como las Relaciones Públicas plenamente estructuradas. (Anleu Maroquin, 1993:5-8)

2.2 DEFINICIONES DE RELACIONES PÚBLICAS

"Las Relaciones Públicas son en si, una función administrativa que evalúa la actitud del público, identifica la política y los procedimientos de un individuo de una organización con el interés público, y lleva a cabo un programa de acción destinado a atraerse la comprensión y la aceptación del público." (Ordóñez citando a Cutlip, 1984:5).

Según Raymond (1986:17-18) "La promoción de simpatía y buena voluntad entre una persona, empresa o institución y otras personas, público especial o la comunidad en conjunto, mediante la distribución de material interpretativo, el desarrollo del intercambio amistoso y la evaluación de la reacción pública".

"Las Relaciones Públicas son la suma total de todas las impresiones logradas en una institución por sí misma y por las diversas personas concentradas con ella." (Reck 1946:8).

“Las Relaciones Públicas son el arte de hacer que la institución sea agradable para sus empleados, sus clientes y para todos los que se acercan a ella a recibir sus servicios.” (Mejia y Oliva M., 1990:13)

Cirigliano (1979:31) define las Relaciones Públicas como “El arte o técnica creadoramente planeada sobre bases científicas practicadas profesionalmente, que buscan intercomunicar en lo socialmente valioso a una institución con los públicos que se conecta, para lograr en ellos una imagen institucional favorable y para que la institución sea modificada o influida por los auténticos intereses de sus públicos”.

“Las veo como un proceso de comunicación genuino para hacer comprender a las personas de forma precisa y eficaz, lo que tú quieres que entienda, lo que piensas que debería de entender, de modo que sean capaces de tomar decisiones y reaccionar de tal forma que converjan con lo que tú pretendes llevar a cabo”. (Winner, 1989:42)

Mientras que Canilli (1993:31) hace la siguiente definición: “Relaciones Públicas significa actuar sobre las relaciones entre una organización y su ambiente, con el fin de sugerir a la organización los cambios necesarios para conseguir la aprobación de su ambiente y, al mismo tiempo, difundir en el todas las noticias necesarias sobre la organización a fin de que el ambiente se forme una opinión favorable de ella.”

Black (1993:18), menciona la definición contenida en la Declaración Mexicana, firmada en 1978 por representantes de más de treinta asociaciones de Relaciones Públicas, tanto nacionales como regionales: “El ejercicio de la Relaciones Públicas, es el conjunto y la ciencia social de analizar las tendencias, prever sus consecuencias, asesorar a la organización de la dirección y poner en práctica los programas de acción, previamente planificados, que sirvan tanto al interés de la organización como al del público.”

Black (1993:19), prefiere la siguiente definición: “El ejercicio de las Relaciones Públicas es el arte y la ciencia de alcanzar la armonía con el entorno, gracias a la comprensión mutua basada en la verdad y en una información total.”

El Instituto Británico de Relaciones Públicas, presenta la siguiente definición: “Las relaciones públicas son el esfuerzo premeditado, planificado y continuado para establecer y mantener un entendimiento mutuo entre una organización y su público.” (H. y P. Lloyd 1993:32-33)

“Las Relaciones Públicas son la función gerencial que evalúa las aptitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público, y ejecuta un programa de acción (y comunicación) para ganar aceptación y entendimiento públicos”. (Marston 1981:6)

Las definiciones son tantas y variadas que para formarnos un concepto global de lo que son las Relaciones Públicas, se hace necesario analizarlas todas en su conjunto. Con ese fin Antona (1991:20) elabora un cuadro muy útil para todos los interesados en el tema:

RELACIONES PÚBLICAS

ACCION	<ul style="list-style-type: none"> -Deliberado, planeado, y sostenido esfuerzo. -Esfuerzo consciente. -Actuación practica basada en la ética, la honestidad y el deseo de servir al interés público. -Acción defensiva y positiva. -Acción reflexiva y permanente. -Actividad directiva. -Al nivel de la alta dirección. -Función administrativa. -Actividades organizadas. -Arte sutil. -Arte de convencer -Arte de manipular.
DE	<ul style="list-style-type: none"> -Una organización pública o privada. -Empresa, organización o particulares. -Organismos. -Industria, sindicato, corporación, profesión, gobierno.
PARA	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer y mantener mutuo entendimiento, un clima de confianza. -Ganar la comprensión, la colaboración y la simpatía. -Identificar la política y los procedimientos con el interés público. -Atraer la comprensión y la aceptación del público. -Estimular e influir en las personas para que juzguen favorablemente y presten ayuda en los momentos difíciles. -Obtener estima, consenso y colaboración. -Conseguir que se ajuste a nuestra conducta. -Prestar significado a sus actos frente a la sociedad. -Lograr un prestigio social. -Resultar simpático a los demás. -Crear o mejorar la comunicación.
CON	<ul style="list-style-type: none"> -El público. -La comunidad en la que actúan. -Clientes, empleados y accionistas.

Puede decirse entonces que las Relaciones Públicas son el arte y ciencia de la comunicación que a través de la investigación, planificación, ejecución y evaluación, buscan establecer un entendimiento recíproco para ganar la comprensión, colaboración y simpatía de los públicos.

2.3 RELACIONES PÚBLICAS, CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

En 1970, Matrat menciona que las Relaciones Públicas son también una ciencia de la comunicación, porque permite abordar los problemas de la empresa bajo un nuevo punto de vista más conforme a sus realidades socio-económicas.

Tomás citando a Marty (1994:226) indica que en toda tarea de conocimiento uno puede ver una búsqueda de la verdad y el éxito de esta Empresa se mide por el acceso que da a la verdad. Deberíamos añadir una exigencia: es necesario que esta verdad alcanzada por quien la busca sea comunicable.

Si reflexionamos sobre la comunicación, precisamente por tener la suerte de encontrarnos en un plano de verdad y libertad, la cuestión no es propiamente los diferentes procedimientos de transmisión de mensajes. Debemos interrogarnos sobre ¿qué es lo que se aprende del hombre cuando se le considera como un ser que comunica?

El lenguaje no se debe considerar solamente como *transmisión de un contenido* que sea determinado para hacer posible la transmisión, sino que además *instaura una relación*. Estas relaciones, donde los sujetos se reconocen mutuamente como interlocutores, constituyen un nivel que puede considerarse simbólico y que establece un espacio de intercambio.

La comunicación humana es a base de símbolos. La comunicación verbal, en una escala de 100, es el 30%; el 70% restante es comunicación no verbal (acciones, gestos, actitudes, otros símbolos).

Entre otros aspectos a considerar se debe observar cuando uno de los interlocutores ostenta una jerarquía frente al otro. Por ejemplo: Cuando el que habla es el Presidente, ¿cómo se interpreta esta actitud? Habla el individuo o es el rol de la autoridad y entra además la cuestión afectiva.

La comunicación es difícil, porque es la operación más compleja conocida por el ser humano (Tomás, 1994:227).

02.4 OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las Relaciones Públicas son necesarias e importantes, porque a través de las diversas estrategias de comunicación se pueden lograr los siguientes objetivos: (Escobar 1998:1-2)

- 1) Prestigio o "imagen social" y sus ventajas.
- 2) Divulgación de servicios.

- 3) Buena disposición de los empleados.
- 4) Prevención y solución de problemas laborales.
- 5) Superación de los errores y prejuicios contra la institución.
- 6) Buena voluntad y simpatía de los usuarios.
- 7) Actitud favorable del Gobierno.
- 8) Buena disposición del resto de la institución.
- 9) Capacidad para atraer el mejor personal.
- 10) Educación del público para el uso de los servicios.
- 11) Educación del público en un punto de vista determinado.

2.5 EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Sin importar el modelo de relaciones públicas que se esté aplicando, se debe seguir por un proceso el cual se conforma de cuatro pasos o fases específicas para enfrentar con éxito un problema de relaciones públicas. Friederich (1995:17) cita la manera en que Cutlip y Center lo desarrollan:

- I. Recopilación de hechos e investigación: Análisis de las audiencias prioritarias, enlaces o audiencias de la organización, evaluación de actitudes y grado de comprensión y apoyo.
- II. Establecimiento de políticas y planificación de programas: Alinear las políticas de una organización con los intereses de sus audiencias y la planificación de un programa con las audiencias prioritarias para tratar de manera efectiva lo que es importante, tanto para las audiencias como para la organización, más que tratar sólo lo que es urgente.
- III. Comunicación: Escuchar y difundir la historia de una organización en términos compatibles con la mezcla de audiencias.
- IV. Evaluación: Evaluación y valoración de la efectividad y resultados de todas las actividades de relaciones públicas de la organización.

Para Gil (1978:94-101) toda campaña de relaciones públicas lleva un proceso, constituyen una actividad programada de acuerdo a las necesidades y circunstancias de ese momento. Una campaña se desarrolla con arreglo a un proceso lógico y continuo, cuyas fases, en su orden, son:

- | | |
|---------------------------|-------------------------------------|
| 1- Investigación: | Conocimiento del caso y del público |
| 2- Planificación: | Establecimiento del plan a seguir |
| 3- Acción y comunicación: | Acción influyente cerca del público |
| 4- Evaluación: | Conocimiento del resultado |

1- LA INVESTIGACIÓN:

Para cumplir con la fase de investigación, es necesario responder a las siguientes interrogantes:

¿Qué se pretende hacer?

¿Quiénes son los sujetos de la relación?

¿Qué piensan y qué sienten ellos?

¿Qué características muestra el público con el que se quiere establecer comunicación?

¿En qué circunstancias se halla?

¿Qué espera que se le presente?

Si se trata de competir, ¿qué valor tiene y cómo actúa el competidor?

¿Qué antecedentes se tienen sobre casos similares?

¿Qué posibilidades ofrecen en este momento los medios de comunicación?

A todas estas cuestiones hay que responder en la fase de la investigación. Y a las que puedan originar algunas respuestas.

“Investigar es tratar de descubrir lo que todavía no se sabe o se conoce mal. Y hacerlo metódicamente, es uno de los sistemas más eficaces del saber científico.”(Gil, 1978:95)

Los procedimientos a utilizar van desde el informal e indirecto hasta el metódico y estadístico. La investigación inicial debe proporcionar los datos necesarios para poder planear luego la campaña sobre un conocimiento de la realidad tan sólido como sea posible.

2- LA PLANIFICACIÓN:

Planificar es trazar el plan sistemático que debe desarrollarse para lograr el fin propuesto. Se proyecta la construcción de la obra con base en el propósito fundamental y en los materiales previstos; se dispone la estrategia general a seguir y tácticas, se estudian los medios a utilizar, se define la duración del desarrollo, y se hace un cálculo del presupuesto de gastos. Un plan general debe de hacerse por escrito, de una manera ordenada con sus correspondientes apartes y ayudada por suficientes gráficos.

3- ACCIÓN Y COMUNICACIÓN:

Poner en marcha un plan es realizarlo, es decir hacerlo real y efectivo, inyectándole ideas que le den vitalidad cada día sobre la base general de lo planeado. En el desarrollo de esta etapa, la estrategia se convierte en táctica visible y lo escrito se transforma en hechos. La acción en una campaña de relaciones públicas consiste en motivar e interesar al público y sea afectado en determinado sentido. Esto requiere el uso adecuado de los medios de comunicación social. No se trata de presionar al público, sino de informarle en forma inteligente.

4- LA EVALUACIÓN:

Consiste en conocer los resultados obtenidos y si se alcanzaron los objetivos previstos. ¿Cómo estimar los resultados?: investigando otra vez. Las preguntas ahora serán:

¿Ha reaccionado la opinión en el sentido esperado?

¿El plan resultó en todo sus términos como estaba previsto?

¿Se podía haber realizado de otro modo o a menos costo?

A través de los sistemas de investigación debemos saber hasta qué punto fue efectiva la comunicación, comprobando *si el público recibió y comprendió todo lo que se le envió y se le quiso decir.*

2.6 FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Todo lo que existe tiene una razón de ser y las Relaciones Públicas cuentan con bases sólidas y humanas para fundamentar su existencia.

Para Lozano (1994:307) **Las Relaciones Públicas se fundamentan en las necesidades de:**

La especie racionalmente inteligente, para convivir, compartir y evolucionar solidariamente en libertad y armonía con el entorno.

La sociedad como sistema e institución, que debe facilitar a cada ser, el libre ejercicio de sus deberes y derechos.

Las personas jurídicas que agrupan a las físicas, para que ambos definan objetivos, planifiquen acciones, sincronicen recursos, hallen un equilibrio de intereses y confianza para compartir como humanos, sin dejar de hacer rentables las inversiones.

Los seres que con autonomía propia poseen tres sistemas para realizarse como humanos: el espiritual, el biológico y el intelectual, estos evolucionan mediante la filosofía, la técnica, el arte y los métodos y puntos de referencia que en conjunto conforman las Relaciones Públicas.

En la necesidad de evaluar que pensamos con lógica, que adoptamos la adecuada filosofía del comportamiento, que nuestra política es correcta para hacer lo que es legítimo.

Las Relaciones Públicas como profesión científica y racional se fundamentan en:

La investigación para saber las necesidades y sus causas.

La información para formar sobre lo que es legítimo y sin dañar a terceros.

El diálogo para que cada quien exponga sus verdades en igualdad de oportunidades.

La creatividad y la planificación, facilitan la evolución y la razón de ser y la armonía con el entorno.

La sincronización coherente de los mensajes que se emiten para obtener la imagen positiva y la confianza de los públicos.

La comprobación de cómo codifican, decodifican e interpretan los mensajes los receptores y qué confianza nos otorgan.

La estrategia para coordinar la imagen con la realidad.

La coordinación, armonía y emisión de los mensajes en el momento preciso para hallar con un mínimo de esfuerzo, la máxima rentabilidad.

El control de calidad y la verificación de resultados de cuanto se emite y se recibe evitando pérdidas, divergencias y daños a terceros. (Lozano 1994:309)

2.7 INTENCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

La intención de los mensajes emitidos a través de las relaciones Públicas pueden ser:

- a) Modificar: Una opinión muy extendida, cuando esta ha dejado de reflejar la verdadera situación o posición.
- b) Crear: Una nueva opinión o actitud y preparar el camino para la iniciación de planes a largo plazo.
- c) Reforzar: Aquellas opiniones y actitudes ya existentes en los casos en que todavía reflejen lo que la institución desea, para así proteger su situación actual.
- d) Corregir: una opinión que haya variado. (Escobar, 1998:1)

Para hacer Relaciones Públicas de manera eficiente, es imprescindible tomar en consideración "algunos de los peores fallos en Relaciones Públicas" los que (basado en un capítulo de *The Power of Public Relations*, de Joseph F. Award, Praeger, 1985) se pueden resumir en:

- ❖ Miopía funcional: la incapacidad de apreciar, la importancia de la contribución que las Relaciones Públicas pueden hacer a la buena gestión y dirección.
- ❖ La filosofía del grifo: utilizaremos las Relaciones Públicas cuando nos hagan falta.
- ❖ Poner el carro delante del caballo: ¿quién necesita a la investigación?
- ❖ Anestesia local: ¡Esto lo vamos a tratar a nivel local!
- ❖ La neurastenia de las buenas noticias: creemos en proporcionar una información total y completa al público, siempre que sea positiva y nos favorezca.
- ❖ El tic de -ya te lo dije-: ¿por qué nos acusan de falta de comunicación si ya lo dijimos en el último Informe Anual...?
- ❖ La falacia de las sombras: la filosofía de la poca exposición o de mantenerse oculto. Esta aberración se basa en la creencia de que una organización puede hacerse invisible cuando lo desee.

2.8 RELACIONES PÚBLICAS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las relaciones con los medios son para la mayoría de las Empresas, la parte más importante de las Relaciones Públicas pero siempre deben de estar integradas en y ser compatibles con la política general de las Relaciones Públicas de la organización. El requisito fundamental para trabajar con éxito en cualquier rama de los medios de comunicación, **es darles lo que necesitan, en un formato adecuado y en el momento justo.**

Los métodos que se deben utilizar con los medios de comunicación siguen siendo: El contacto directo, la emisión de comunicados de prensa, la celebración de Conferencias de Prensa, la utilización de Agencias de Prensa, entre otros. "El contacto directo con los periodistas es obviamente el mejor medio de conseguir resultados." (Black 1993:75)

Comunicados de Prensa, hay que recordar, que el primer párrafo de un comunicado debe contener toda la información que se considera vital: qué, dónde, por qué, quién y cuándo esto le proporciona al periodista la suficiente información para poder decidir si vale la pena publicarlo. Las características de un Comunicado o Boletín de Prensa son:

- Debe de llevar un hecho importante o sea la noticia.
- Contar con un Titular Gancho (llamativo).
- No ser mayor de dos cuartillas.
- Realizarse siempre en papel membreteado y con el sello de la empresa.
- Convocar a periodistas claves (contactos).

Utilización de Fotografías, las cuales deben llevar su pie de foto escrito en un papel que debe colocarse en la parte delante de la foto, esta debe ser nítida, evitar que contenga puntos muertos (espalda, pared, cuadro) y no enviar más de tres. Las fotografías deben de utilizarse para reforzar los comunicados de prensa.

Conferencias de Noticias, existen tres razones validas para convocar a una conferencia de noticias:

- 1- Cuando las noticias exigen que se muestren modelos u objetos extraordinarios.
- 2- Sí el tema de la conferencia es muy importante y es probable que genere muchas preguntas.
- 3- Sí hay que impartir mucha información sobre el historial. (Black, 1993:79-80)

La clave para conseguir colocar información en la radio y televisión, está en el esfuerzo que se haga para entender las necesidades de esos medios y en establecer unas buenas relaciones.

2.9 LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO MEDIO DE PERSUASIÓN

Dentro de las Relaciones Públicas se considera importante el poder persuadir a los líderes de opinión ya que ellos son influencia para la sociedad y con poder sobre las masas.

Según el Diccionario Pequeño Larousse (1981:794), "Persuadir es hacer que alguno crea una cosa, convencerse de algo. Persuasión: es la acción de persuadir. Arte de persuadir: la persuasión es el fin de la elocuencia".

"Lograr persuadir a la Opinión Pública requiere planificar una estrategia, que en ocasiones es difícil de organizar por su ineludible punto de partida: El uso legítimo de la coincidencia del interés público con el privado". (Barquero,1994:101)

Barquero (1994:103-104), menciona también a varios autores estadounidenses, como Cutlip y Center, quienes han aportado valiosos conceptos a las modernas Relaciones Públicas, entre ellos las siete "C" de las Relaciones Públicas, lo que ampliará la importancia del poder de la persuasión, para influir en determinado grupo objetivo:

- 1- CREDIBILIDAD: La comunicación inicia en una atmósfera de credibilidad. El receptor debe confiar en el informador, considerándole persona especializada en el tema.
- 2- CONTEXTO: Un programa que se adapte al entorno local. Para persuadir el contexto, permitirá la participación y diálogo.
- 3- CONTENIDO: El mensaje debe de tener significado para el receptor. Seleccionar los temas informativos más prometedores para el mismo.
- 4- CLARIDAD: El tema debe de redactarse con sencillez.
- 5- CONTINUIDAD Y CONSISTENCIA: Para lograr la aceptación y persuasión, se debe de repetir continuamente los mensajes que se desean inculcar.
- 6- CANALES DE COMUNICACIÓN: Los que el receptor utiliza.
- 7- CAPACIDAD DEL AUDITORIO: La comunicación tiene máxima efectividad mientras el receptor hace su menor esfuerzo.

2.10 MODELOS DE RELACIONES PÚBLICAS:

Si se pudiera observar en acción a cada practicante de relaciones públicas en el mundo, no se podría recordar todo lo visto. Por ese motivo se simplifica en cuatro tipos de relaciones públicas. Llamándoles modelos para hacer énfasis en que son abstracciones. Estos mismos describen una realidad: La forma como se han practicado las relaciones públicas a través de la historia y en la actualidad. Friederich (1995:12-17) describe los modelos de Relaciones Públicas de la siguiente manera:

a) MODELO DEL AGENTE DE PRENSA/PUBLIRRELACIONISTA:

Cuando las actividades de relaciones públicas se emprendieron por vez primera, el propósito principal era utilizar alguna forma de comunicación persuasiva. Bajo el modelo del agente de prensa/publirrelacionista, la preocupación principal era el poder difundir la fe en la organización que se trate. El modelo de comunicación aplicado es de una vía. El agente quiere hablar de una organización, pero no existe el interés de escuchar a aquellos a quienes este esfuerzo va dirigido.

Ilustración del modelo:

Fuente → Mensaje → Medio → Receptor

Las flechas apuntan a una sola dirección indicando la manera en que este modelo de relaciones públicas funciona. Todas las actividades, entre ellas la comunicación, inician con una fuente y terminan con un receptor. Nada va en sentido inverso.

Las practicas de las relaciones pública modernas incluyen un componente de investigación y evaluación de importancia. Si los practicante del modelo de agente de prensa/publiirrelacionista realizan cualquier labor de naturaleza investigadora, es solo para identificar las audiencias con que desean comunicarse. En un sentido evaluativo, también quieren identificar si los medios utilizaron el material enviado y si la sala o el estadio se llenaron totalmente. En otras palabras: ¿"Compró" la audiencia los mensajes que los exhortaba a asistir al acontecimiento promovido?.

b) MODELO DE INFORMACIÓN PÚBLICA:

Este segundo método de relaciones públicas apareció a principios del siglo XX. La única diferencia real entre el modelo de información pública y el del agente de prensa/publiirrelacionista radica en que el primero no se toma ninguna licencia con la verdad como podría hacerlo un agente de prensa. La tarea del practicante de este modelo es presentar información objetiva acerca de una organización al público al que va dirigida. El modelo de comunicación utilizado es el mismo que se presentó en el caso del agente de prensa/publiirrelacionista.

En este modelo la investigación no desempeña un papel de importancia más, sin embargo es probable que se realicen algunos estudios de legibilidad y de número de lectores. Las encuestas de legibilidad miden si los mensajes se redactan en un nivel de dificultad permisible para la audiencia a la que van dirigidos. Los estudios de lectores impactados miden, si la audiencia en realidad presta atención y usa la información enviada por el practicante de las relaciones públicas.

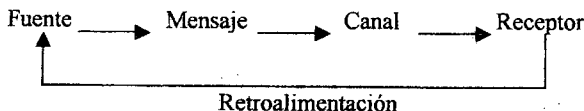
c) MODELO ASIMÉTRICO DE DOS VIAS:

El propósito principal de los que utilizan este modelo, es lograr que las audiencias seleccionadas acepten el punto de vista sostenido por una organización. Pueden ser los verdaderos persuasores con la aplicación de los últimos descubrimientos de la ciencia social moderna, los practicantes del modelo asimétrico de dos vías de las relaciones públicas.

Si cumple su tarea con éxito, el practicante ayuda a las personas a cambiar sus actitudes y a comportarse de una manera que apoye la organización. El resultado final del modelo que apareció en los años de 1920, en realidad no es muy diferente al de agente de prensa/publiirrelacionista, excepto en el practicante del sistema asimétrico de dos vías hace mayor uso de la ciencia en los enfoques que utiliza.

Como veremos a continuación el modelo asimétrico de dos vías tiene un elemento adicional al de los dos modelos anteriores; la retroalimentación.

Ilustración del modelo:



En el modelo asimétrico de dos vías la comunicación fluye en dos sentidos: de la fuente al receptor, y también del receptor a la fuente. El término "retroalimentación" proviene de la teoría cibernética y se compara con la comunicación de un termostato. Un termostato mide

la temperatura de una habitación o edificio y la refiere a la "fuente" - esto es a la caldera o al acondicionador de aire - para que proporcione más aire caliente o frío, dependiendo de las circunstancias.

La comunicación en el modelo asimétrico de dos vías, a pesar de la retroalimentación, sigue siendo en esencia en un solo sentido, la organización busca cambiar las actitudes y el comportamiento de aquellos con los que se comunica, la comunicación resultante de la retroalimentación parece no tener efecto alguno en el comportamiento y actitudes de la organización.

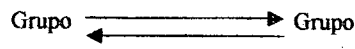
Dentro de este modelo la investigación juega un papel muy importante. Se encuentran dos tipos de investigación, formativos y evaluadores. La investigación formativa se utiliza para determinar qué segmento del público permanecerá inmóvil. Las encuestas de evaluación se realizan después de la campaña de relaciones públicas o mientras todavía se desarrolla. Habiendo medido actitudes y comportamientos antes de lanzar la campaña de relaciones públicas los relacionistas deben de volver a medir. Si después de la segunda investigación se encuentran cambios en la dirección deseada, la campaña se califica como un éxito.

d) EL MODELO SIMÉTRICO DE DOS VIAS:

El practicante de relaciones públicas ya no es el persuasor y comunicador en un solo sentido. Se convierte en el mediador entre una organización y sus audiencias. Y su meta es conseguir la comprensión mutua. Este modelo hizo su aparición a finales de 1960 y a inicios de 1970 siendo adoptado por muchas empresas progresistas.

Bajo este modelo, es tan probable que la organización experimente cambios tan profundos resultantes de una campaña de relaciones públicas, como que las audiencias a las que va dirigida también lo hagan. En la mayoría de casos ni las organizaciones ni las audiencias cambiarán de actitudes o comportamientos. Pero se puede tener un resultado final en que cada una de las partes comprenda mejor a la otra y que estén dispuestos a llegar a un punto de acomodo. La forma de comunicación utilizada, varía a los dos modelos anteriores.

Ilustración del modelo:



Este modelo de comunicación sugiere con énfasis que se produce una interacción entre dos grupos (una organización y una o mas de sus audiencias).

Durante la investigación formativa, el relacionista pretende aprender cómo perciben a la organización sus audiencias de interés y determinar que efecto o consecuencias tiene la organización en esas audiencias. Una consulta efectiva con la dirección, basada en los resultados de la investigación formativa, producirá finalmente el establecimiento de políticas apropiadas que en verdad sean del interés público. El nivel de comprensión de cada una de las partes puede ser también medido como parte de la investigación formativa inicial. También se utiliza para delinear mejor los objetivos de la comunicación. La investigación evaluadora está dirigida principalmente a medir el alcance de la comprensión mutua lograda después de un esfuerzo de relaciones públicas.

RELACIONES PÚBLICAS

Elección de un modelo:

La presentación de los cuatro modelos se presenta en orden cronológico como fueron apareciendo en el escenario estadounidense. Pero eso no quiere decir que conforme aparecía cada nuevo modelo dejaba de ser utilizado el anterior, todo lo contrario, en la actualidad los cuatro modelos existen y funcionan dentro de las diferentes organizaciones. Se puede elegir cualquiera de los cuatro modelos de relaciones públicas según las circunstancias en las cuales sea utilizado. Incluso se pueden utilizar dos o más modelos de manera simultánea en sus labores diarias de relaciones públicas, empleando el poder de la persuasión en algunos casos y el modelo simétrico de dos vías en otros. El modelo a utilizar dependerá por completo de las necesidades de la organización

2.11 LOS INSTRUMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS:

Canilli (1995:100-104), hace mención de la existencia de diversos instrumentos a disposición de las relaciones públicas para realizar las comunicaciones y aparte de los tradicionales que se mencionan a continuación, también existen los que son fruto de la fantasía y de la creatividad.

Según su utilización se dividen en dos grupos: para comunicar hacia el exterior y los necesarios para comunicar hacia el interior.

2.11.1- HACIA EL EXTERIOR:

Conferencia de prensa

Una organización convoca a una conferencia de prensa, cuando cree que el contenido de las propias comunicaciones es de interés para el ambiente. Invita a los periodistas a un encuentro durante el cual se expondrá el mensaje que se desea transmitir. Los mismos periodistas y los responsables de elaborar los titulares después, son los evaluadores del comunicado y de decidir con qué relieve se publicará en las páginas del periódico, telediarios o en los boletines radiales.

La conferencia de prensa, es el uso gratuito de los medios tradicionales de comunicación. Esa misma gratitud lleva a valorar dos consideraciones antes de convocar a una conferencia de prensa:

1. La noticia ha de ser realmente noticia y además de interés para el público al que se dirigen los medios convocados. De lo contrario no hay razones para exigir que sea publicado.
2. No hay posibilidad de controlar la forma en que la noticia será tratada por los medios y transmitida al público.

El éxito de la conferencia de prensa dependerá en gran parte de la buena relación que pueda existir entre la organización y los medios informativos. Esto por supuesto, también se refiere a la buenas relaciones entre el relacionista público y los periodistas.

Comunicado de prensa

En vez de convocar a los periodistas, se les envía una comunicación con las noticias que, presumiblemente, puedan interesar. El uso de comunicados supone que la importancia de la noticia es menor.

Patrocinar

Favorecer o ayudar por medio de una donación de dinero para la realización de cualquier acción en beneficio de la sociedad. Se realiza con el fin de evidenciar el deseo de la organización de participar de las formas que juzgue más adecuadas para su propia imagen, en la vida social y cultural del ambiente en que se desenvuelve.

Encuentros reservados

Son encuentros programados entre los responsables de la organización y las autoridades políticas, los dirigentes de movimientos de opinión o los representantes de las asociaciones de consumidores, con el fin de ilustrar momentos significativos o iniciativas importantes de la organización misma y que podrían tener repercusiones en el ambiente.

Congresos

Estos se promueven con frecuencia por motivos comerciales o de intervención en sectores de interés. Claro también para crear, mantener o mejorar la imagen.

Presencia en los medios de comunicación

Es la adquisición de un espacio en cualquier medio, **pagado**, para comunicarse con el público habitual del medio seleccionado. Su diferencia con una conferencia o comunicado de prensa, es que el relacionista define los contenidos, forma e importancia del mensaje. Se tiene un control de la forma en que llegara la noticia al interlocutor.

Publicar un periódico

Es una excelente opción para mantener constantemente un canal abierto de comunicación. Las organizaciones que se deciden a publicar su propio periódico, pueden concentrar todas las noticias que quieren enviar hacia el exterior como hacia el interior de la empresa. Las organizaciones de tipo asociativo suelen utilizarlo más que las de tipo privado o lucrativo. El periódico se le envía gratuitamente al destinatario del mensaje.

Prospectos

Es información que se reúne y organiza en un folleto, para transmitir a un público determinado.

2.11.2- HACIA EL INTERIOR:

Este tipo de comunicaciones trata de mejorar las relaciones entre los componentes del interior de una organización.

Los boletines internos

Son publicaciones periódicas, planificadas y realizadas para el público interno. Comunican noticias e informaciones para los empleados, los accionistas, los vendedores, los concesionarios, los distribuidores, etc.

El folleto de acogida o guía de inducción

Se elabora con el fin de dar una visión amplia de la organización en que ha entrado a formar parte el nuevo empleado o socio.

Comunicaciones en sobre

Es un sobre que se entrega a los empleados, el contenido es desde circulares fotocopiadas hasta folletos informativos.

Los avisos en el tablón de anuncios

Es un espacio que se utiliza para colocar toda la información que se desea transmitir a los colaboradores de una empresa. Es un medio muy antiguo que aún se utiliza.

La convención

Son reuniones que llevan a veces varios días de duración, que incluyen generalmente cenas, fiestas o espectáculos, todo a cuenta de la organización en las que la dirección de la Empresa informa a los reunidos los resultados de su trabajo, sus políticas empresariales y todo lo que juzgue oportuno. Muchas veces se invita a participar únicamente a los que han alcanzado sus objetivos empresariales, viviendo estas ocasiones como un reconocimiento a su trabajo. Convirtiéndolo en un medio eficaz.

La palabra

La palabra hablada, es un instrumento tan común y familiar que frecuentemente se termina por no prestar atención a como se habla o lo que se dice. Pero en la función de las relaciones públicas es importante tener en cuenta cómo y cuándo se habla, indicando a la dirección de la empresa el cuidado que debe tener al ejercer esta acción.

2.12 LAS RELACIONES PÚBLICAS, LA PROPAGANDA Y LA PUBLICIDAD:

Relaciones Públicas:

Es todo lo que una agencia gubernamental, una corporación, un centro comercial, un candidato individual o empresario realiza para presentar lo que se espera que sea una imagen pública fiel y aceptable. (Friesleben, 1995:59)

Propaganda:

Para Gil (1978:26), propagar es extender, difundir. Propaganda es toda actividad de difusión. En la actualidad, la actividad propagandística se sobre entiende que está ligada a programas de índole no comercial, tales como una doctrina religiosa o una ideología política; y tras de ella siempre existe el propósito, obvio u oculto, de obtener la adhesión racional de las gentes.

Su diferencia con la Publicidad: Cualquier personaje público que defiende una idea o producto a través de un medio de comunicación, sin cobrar por ello, hace propaganda del mismo. Cuando se recibe una remuneración para manifestarse a favor de dicha idea o producto estará haciendo publicidad.

Publicidad:

“La ciencia publicitaria tiene por objeto el estudio de los procedimientos más adecuados para la divulgación de ciertas ideas o para establecer relaciones de orden económico entre individuos en situación de ofrecer mercancías o servicios y otros susceptibles de hacer uso de tales mercancías o servicios.” (Antona, 1991:43-47)

Antona, también define la Publicidad como: “La actividad que tiene por finalidad hacer público por cualquier medio, una persona, una cosa, un hecho o una situación, tendente a conseguir, de modo inmediato y a su costa, el fin perseguido por el que la promueve.”

López (2000:17), presenta las diferencias entre Publicidad y Propaganda y sus variadas técnicas:

Publicidad: “se define, como un conjunto de medios que se emplean para hacer pública una cosa. En la actualidad abarca una técnica muy desarrollada para motivar en los individuos nuevas actitudes.” “La Publicidad tiene en cuenta las motivaciones, tanto sociales como psicológicas del individuo y juega con ellas.”

Técnicas de la Publicidad: INFORMA, SUGIERE, REPITE, DESCRIBE, PERSUADE, MOTIVA, CREA IMAGEN.

Propaganda: “Significa reproducir para propagar o extender el conocimiento de una cosa. Es la actividad resultante de comunicar ideas, imagen, hechos políticos, sociales y religiosos.”

“Todos los que hayan visto a la Propaganda en acción coinciden en que es efectiva”

Técnicas de la Propaganda: ASEGURA, IMITA, RECALCA, DISCUTE, INSINUA, INVITA, CREA REPUTACIÓN.

Entre Publicidad y Relaciones Públicas existen ciertas coincidencias, por ello la Publicidad se convierte en uno de los diversos instrumentos que el Relacionista debe manejar. Veremos ahora las diferencias que según Antona (1991:42) destacan:

PUBLICIDAD	RELACIONES PÚBLICAS
<p>Interpretación subjetiva, Optimista, de la acción Empresarial y de aquello que interesa hacer conocer. Tiende a incrementar el índice de notoriedad de la empresa.</p>	<p>Interpretación objetiva, realista, leal, de los comportamientos de la empresa.</p> <p>Tiende a incrementar el índice de popularidad de la misma.</p>
<p>Tiene una finalidad económica directa.</p>	<p>Tiene una finalidad social directa.</p>
<p>Es un monólogo.</p>	<p>Son un diálogo.</p>
<p>Utiliza especialmente los estudios de mercado.</p>	<p>Utiliza especialmente los sondeos de opinión pública.</p>
<p>Se puede aplicar en un régimen totalitario.</p>	<p>Necesita un régimen democrático.</p>
<p>El rendimiento de la Publicidad para los productos de una Empresa es independiente del índice de popularidad interno.</p>	<p>El rendimiento de las Relaciones Públicas depende del índice de popularidad interno.</p>
<p>No miente pero presenta la verdad maquillada y vestida.</p>	<p>Deben ser una información auténtica.</p>
<p>Resultados cuantitativos.</p>	<p>Resultados cualitativos.</p>

2.13 EL PROFESIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS

Pellecer (1998:68), menciona que las funciones de un Relacionista Público son:

2.13.1 FUNCIONES:

- ⊗ Propiciar una buena comunicación organizacional interna y externa.
- ⊗ Crear una buena imagen de la Organización o Empresa que representa.
- ⊗ Conocer las funciones y objetivos de la Organización o Empresa con la que labora.
- ⊗ Conocer e identificar sus públicos externos y proporcionarles información.
- ⊗ Controlar crisis comunicacionales que representen situaciones negativas para la Organización o Empresa para la que labora.

Según Antona (1991:157-158), el actual Relacionista Público debe de poseer:

1. Una formación básica: que comprenda

- ⊗ Cultura de humanidades.
- ⊗ Conocimiento de la teoría y técnicas de las Relaciones Públicas.
- ⊗ Conocimiento de los medios de comunicación y de las técnicas de investigación social.
- ⊗ Conocimiento de la teoría y técnicas de la comunicación (escrita, hablada y en imágenes)
- ⊗ Dominio del propio idioma y de lenguas extranjeras.
- ⊗ Conocimiento de la vida, del ser humano, de sus actitudes y reacciones.
- ⊗ Constante conocimiento de la entidad y su entorno.
- ⊗ Hábil en técnicas comerciales y ciencias sociales.

2. Cualidades personales:

- ⊗ Inteligencia.
- ⊗ Personalidad equilibrada, gusto por la gente.
- ⊗ Pensamiento más racional que emocional, madurez de pensamiento.
- ⊗ Memoria e imaginación.
- ⊗ Vocación, para ejercer con brillantez.
- ⊗ Analítico.
- ⊗ Decisión.
- ⊗ Tenacidad para sacar adelante los planes y programas.

- ⊗ Organizado, para poder planificar y realizar.
- ⊗ Sentido de la oportunidad. Aprovechar el mejor momento.
- ⊗ Creativo y práctico.
- ⊗ Objetividad, para sopesar las razones de las dos partes y complacer a ambas en su justa medida.
- ⊗ Capacidad de síntesis.
- ⊗ Curiosidad.
- ⊗ Flexibilidad, tacto y paciencia.
- ⊗ Sociabilidad, capacidad de conseguir y conservar amigos.
- ⊗ Honradez y tolerancia.

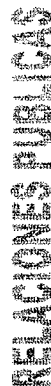
2.13.2 TIPO DE COMUNICACIÓN QUE DEBE MANEJAR UN RELACIONISTA PÚBLICO:

Es importante que en la práctica posea un carácter abierto, por ello un profesional de Relaciones Públicas, sabe que en primer lugar es necesario aplicar la comunicación intrapersonal, para lograr una exitosa comunicación interpersonal. Además debe manejar adecuadamente, la comunicación horizontal -con personas del mismo nivel- y la comunicación vertical -desde la gerencia general hasta el último nivel en un organigrama- licenciada Silvia Búcaro (comunicación personal, noviembre 17, 2000).

2.13.3 COMPROMISO DE UN RELACIONISTA PÚBLICO:

Burte citado por Escobar (1998:03), menciona que un Relacionista Público debe cumplir con el compromiso de:

- “Sinceridad total.
- Sentirse a gusto con personas de todas las clases sociales.
- Capacidad para identificar a las personas con quienes es necesario establecer relaciones.
- Aceptación de que no hay sustituto para las relaciones cara a cara.
- Valor para admitir errores.
- Tener sentido del humor y utilizarlo.”



CAPITULO III

3. ARTE Y CULTURA

En el presente capítulo se dará una breve explicación de lo que significan las palabras Arte y Cultura, ya que para desarrollar el proyecto de comunicación, es necesario tener una noción de las mismas pues forman parte muy importante dentro de la sociedad.

3.1 ARTE:

Para Aris de Castilla (1983:42-43) el arte es:

“Toda actividad humana que basándose en ciertos conocimientos, los aplica el artista para alcanzar un fin bello. También puede ser la expresión de sentimientos, ideas o emociones exteriorizadas por una combinación de líneas, formas, colores o una sucesión de movimientos, ritmos o sonidos.

El ARTE es una manifestación universal, inevitable, de actividad humana. El ser humano puede ser definido como un animal estético, pues el ARTE es lo que más lo diferencia de los seres inferiores. Todas las obras de arte, incluyendo las llamadas naturalistas y realistas, contienen el elemento transfigurador que las hace humanas, son creaciones del hombre y enteramente ajenas a la visión cotidiana del Universo sensible. Esta necesidad de transfiguración, de deformación precisada en las Artes Plásticas, se hace necesaria en la Música y Poesía.”

La belleza es parte de la experiencia humana, es algo palpable e inconfundible, es una fuente inagotable de gozo estético. Como dice Aristóteles: Siendo el hombre “La criatura más mimética del mundo, que aprende al principio por imitación”, esta cualidad le ha permitido, reproducir aproximaciones de las expresiones bellas de la naturaleza y poder transmitir sus sentimientos, pensamientos y emociones, a través de la forma, el sonido, el ritmo, el color, el movimiento y el espacio. (E. Educativa 1997:9)

Goethe dice: “ El arte no debe de tratar de emular a la naturaleza en su amplitud y profundidad. Se ciñe a la superficie de los fenómenos naturales, pero posee su propia hondura, su propio poder, cristaliza los momentos más altos de estos fenómenos superficiales, reconociendo en ellos el carácter de legalidad, la perfección de la proporción armónica, el ápice de la belleza, la dignidad de lo significativo, la altura de la pasión”. (E. Educativa 1997:9)

Según Aris de Castilla (1983) en todo fenómeno artístico se reúnen tres elementos que lo caracterizan: el creador, la obra y el contemplador.

El Creador: es el que tiene la facultad de crear la obra de arte, prolonga a través de ella su espíritu.

La Obra: es el vínculo que liga al creador con el mundo externo.

El Contemplador: está dotado de una capacidad que le permite sentir, apreciar y juzgar la creación artística.

3.2 CLASIFICACIÓN DE LAS ARTES

Varias han sido las formas de enumerar y clasificar las manifestaciones del arte, a continuación se presenta una de ellas: (E. Educativa 1997:9)

3.2.1 Las Bellas Artes:

- Romántico
- Gótico
- Del Renacimiento
- Pintura de los siglos XVII, XVIII, XIX, y XX
- Tendencias recientes
- Literatura en lenguas españolas
- Literatura en otras lenguas
- El teatro
- Los instrumentos de música
- Diferentes clases de música
- El teatro lírico
- Historia de la música
- Danza y Ballet

3.2.2 Arte de los pueblos:

- Arte del hombre en tiempo de las cavernas
- Arte en Grecia y Roma
- Arte de Bizancio
- Arte en Africa
- Arte en América Latina
- Arte Musulmán
- Arte Amerindio
- Arte en China
- Arte Persa Arte Escandinavo
- Arte Maya
- Arte en Japón
- Arte Celta
- Arte en Egipto
- Arte Polinesio

3.2.3 Arte en la naturaleza:

- Todas las expresiones naturales del planeta.

3.2.4 Artes Industriales:

- Cerámica
- Orfebrería
- Armas y armaduras
- Arte en madera
- Joyería
- Relojería
- Diseño industrial
- Arte en monedas y medallas
- Arte en billetes de banco y sellos postales
- Arte en hierro, bronce y latón

3.2.5 Arte Decorativo:

- Arte del tejido
- Arte en cuero
- Estampado en textiles
- El vestido en Africa y Asia
- El vestido en Europa
- Vestido en América
- Diseño en interiores
- Jardín y flores
- Labores de punto
- Arte en bordado
- El vestido en Guatemala
- Arte en muebles por siglos

3.2.6 Arte en fotografía y radio difusión:

- La fotografía y el arte
- La radio
- El arte del cine
- La televisión

Al arte de representar la belleza a través de la forma expresada en diversos materiales se le llama "Plástica" entre estos se encuentran: arcillas, yeso, piedra, madera, metal, por extensión la escultura, cerámica, pintura, dibujo y grabados.

3.3 ARTES PLÁSTICAS:

Esta definición está compuesta por el arte y la plástica, o sea la facultad del hombre de expresar sus sentimientos a través de la forma, utilizando la línea, el punto, el color, y materiales diversos. El estudiar Artes Plásticas implica conocer por lo menos tres de sus divisiones: la pintura, la escultura y la arquitectura.

Pintura: La pintura se especifica como una técnica en el manejo del color para la expresión de la forma de cualquier objeto, sobre superficies especiales. La pintura se clasifica en: al fresco, al óleo, al pastel, a la encáustica, a la aguada, al temple y otras.

Escultura: Arte que consiste en representar figuras de bulto, por medio del modelado, tallado y esculpido utilizando materiales como mármol, arcilla, piedra y otros. (E. Educativa 1997:10)

Arquitectura: Según el Diccionario Pequeño Larousse (1981:93), la arquitectura consiste en el arte de proyectar, construir y adornar los edificios conforme a reglas determinadas.

3.4 EL TEATRO

3.4.1 DEFINICIÓN:

El teatro se considera como una forma del género dramático, palabra que se deriva del verbo griego "draoo," que significa "yo hago," "yo ejecuto" encerrando así la idea de la acción. El teatro es el resultado de una combinación de la lírica con la épica; hace que la belleza objetiva y la subjetiva se unan para dar forma y vida a la creación del poeta, por medio de los actores que representan a los personajes ideales de la obra, reproduce el cuadro que concibió su fantasía. (E. Educativa 1997:139)

3.4.2 CARACTERÍSTICAS DEL TEATRO:

El género dramático se caracteriza por su representabilidad, o sea, por reproducir exteriormente en la escena la concepción del autor y también por su actualidad, es decir, que la acción, aun cuando se refiere al pasado, imaginariamente se efectúa en el mismo momento en que la obra se representa. El teatro es acción, el hecho o situación que se expresa es representado ante un público. El drama, a la vez que es obra literaria, es un espectáculo que consiste en la reproducción escénica de una obra.

3.4.3 ESTRUCTURA:

Toda obra dramática presenta una estructura determinada en donde aparecen los elementos siguientes: **Mundo dramático** (de acciones, de acontecimientos), **construcción del mundo**, **función de lo dramatizado**. Existe un patrón determinado donde la acción de los personajes debe encajar, estableciendo el desarrollo del argumento de la obra, en general son tres fases:

1-) **La Presentación:** Esta fase es en la que se describen las características de cada personaje y el papel que juegan en la obra; se ubica al espectador en un lugar y un tiempo determinado y se presenta el conflicto, constituye un antecedente de lo que ocurrirá en las fases siguientes. El espectador va tomando conciencia de la representación de los personajes y el tipo de acciones que integran la obra.

2-) **El Nudo:** Es la parte crítica de la obra, el momento de mayor tensión, la trama se complica, generando el interés del público.

3-) **El Desenlace:** Es el final de la obra. Los sucesos que dieron lugar al conflicto se han resuelto de alguna manera. El desenlace puede ser feliz o desdichado. (E. Educativa 1997: 139-140)

3.5 HISTORIA DEL ARTE EN GUATEMALA

La Historia del Arte en Guatemala comprende desde la época precolombina, colombina y contemporánea, la cual se convierte muy extensa para poder hacer un acercamiento a la realidad de este tema en el país, razón por la cual, se darán datos desde inicios del siglo XX a nuestros días.

En los últimos años del siglo XIX, apenas un reducido sector, formado por personas cultas que leían y se interesaban por las artes y las cuestiones intelectuales, brindaba algún apoyo a los escritores y artistas. Más allá de dicho círculo, el ambiente cultural era adverso, dado por las difíciles condiciones políticas y económicas del país.

Con el nuevo siglo XX el rumbo del arte hizo un ligero giro según la Historia General de Guatemala (Asociación de Amigos del País [A.A.P.], tomo vi, 1997), aunque se careció de una clara política gubernamental de apoyo o promoción de arte y de los artistas nacionales, durante el gobierno de Manuel Estrada Cabrera se buscó utilizar la actividad artística a favor del prestigio del dictador y de sus programas, lo fue notorio en la arquitectura, escultura y pintura que se patrocinaron alrededor de las famosas fiestas de Minerva, con la construcción de los consabidos templos, esculturas y pinturas alegóricas, los concursos en diversos campos artísticos, exposiciones de obras de arte y los himnos y canciones que año con año debían componerse y estrenarse. El siguiente dictador Jorge Ubico, a pesar de la escuela cabrerista, lamentablemente no repitió de tal manera la utilización artística, aunque apoyó la construcción de grandes edificios públicos con estilos anacrónicos.

La evolución artística guatemalteca en los diferentes campos (arquitectura, artes plásticas y música) se dio gracias a la renovación de corrientes por la presencia esporádica de artistas extranjeros, la salida al exterior de unos cuantos jóvenes, que a su retorno ocuparon posiciones prominentes en sus campos; sin embargo, el trabajo era limitado sin apoyo económico. Un acto positivo fue que la Academia de Bellas Artes permitió que los artistas pudieran obtener algunos ingresos seguros por las clases y abrió las puertas para una mejor formación de las nuevas generaciones, de manera que cuando se produjo la Revolución del

44 existía una generación de artistas jóvenes que pudieron aprovechar las oportunidades que les deparó el nuevo régimen. Lo mismo puede decirse del papel formativo que supuso para los músicos el Conservatorio Nacional. Entre los años de 1898 a 1944 fueron pocos los cambios en el campo del arte en nuestro país. (A.A.P. 1997)

3.5.1 Pintura :

Fue influenciada por la escuela Europea principalmente la escuela Francesa. Carlos Mérida a su regreso de Europa después de realizar diversos estudios, fue de los primeros guatemaltecos en encaminar su trabajo hacia la concepción americanista en 1915. Los artistas plasmaban en sus pinturas las técnicas del paisaje, al aire libre, el indigenismo. La pintura autodidacta producto del indigenismo, fue reconocida a través de Andrés Curruchich (1891-1969) quien nació en San Juan Comalapa, Chimaltenango. Curruchich retrató costumbres y el colorido de los trajes de la comunidad y en la feria de agosto de 1930 vendió su primera obra, además, expuso varias veces en Estados Unidos. (A.A.P. 1997)

3.5.2 Música:

Con la Revolución del 44 culminó medio siglo de gestión y desarrollo de una nueva estética musical basada en la búsqueda de la identidad guatemalteca, tanto en lo autóctono como en lo tradicional e histórico. Estas tendencias serían asimiladas y proyectadas, durante el medio siglo siguiente. El año de 1945 marcó el principio de una nueva era en el arte musical guatemalteco, su vigor y sus frecuentes orientaciones cosmopolitas, se nutrió de los progresos musicales, técnicos y artísticos, alcanzados hasta entonces. El Conservatorio Nacional fue fundado en tiempos del presidente Justo Rufino Barrios. En 1910 Eduardo Lebegott fue nombrado Director del Conservatorio e impulsó el desarrollo de la orquesta de este lugar y en 1911 llegó a dar conciertos en el Teatro Colon. (A.A.P.1997)

3.5.3 El Teatro en Guatemala:

A principios del siglo XX, la actividad escénica en la ciudad de Guatemala se hallaba centrada en el Teatro Colón, inaugurado en 1859 y cuya actividad de cuatro décadas había cobrado bastante regularidad. El nuevo siglo encontró auge en la vida escénica del Teatro, esta actividad giraba alrededor de operetas, óperas y zarzuelas, presentadas por compañías extranjeras, no había otra actividad teatral. Se presentaban pocas piezas dramáticas propiamente, aunque hubo algunas temporadas de compañías de teatro, como una del año 1900, en que el músico y empresario Germán Alcántara, hizo los arreglos para traer de México a la compañía dramática de Matilde de la Rosa y José Sánchez, la que ofreció una estupenda temporada donde sobresalió la obra: Tierra Baja, del dramaturgo Catalán, Angel Guimerá (1845-1924) en la versión en Castellano de José Echegaray. Al año siguiente, Germán Alcántara trajo a la compañía española Francisco de Benavides, que ofreció un repertorio centrado en obras de José Echegaray (1832-1916) entre las que destacó el "Loco Dios", estrenada el sábado 7 de diciembre de 1901.

En cuanto a la actividad de los guatemaltecos, debe anotarse que en 1902 el músico quezalteco Pedro J. Vásquez estableció, en la ciudad de Guatemala, la Compañía Típica

Nacional que inició el teatro musical en el país. Descolló por presentar obras ligeras elaboradas por la propia compañía, como Entre Fronteras, Si yo fuera Presidente, Navidad y Juan Chapín. En enero de 1909, se abrió una nueva sala de espectáculos en la ciudad de Guatemala, El Teatro Variedades; no era tan grande como el Colón, pero a partir de su apertura las compañías dramáticas se presentaban allí. A mediados del año 1916 el Teatro Abril fue abierto al público en la 9 avenida y 13 calle. En los terremotos de 1917-1918 el Teatro Colon se dañó seriamente e importantes constructores de la época aconsejaron demolerlo. Los teatros Variedades y Abril también fueron dañados.

En 1918 surgió el Grupo Artístico Nacional, formado por un grupo de personas talentosas interesadas en el trabajo escénico y con el fin de dar entretenimiento y alegría a la población dolorida por los desastres causadas por el terremoto. Este conjunto fue el embrión de la futura dramaturgia de Guatemala.

En 1920 empezó a funcionar el nuevo Teatro Abril ubicado en la 9 avenida y 14 calle donde se encuentra actualmente, a pesar de no estar terminado totalmente se utilizó para la actividad cinematográfica. En 1926 se concluyó su construcción, año en que comenzó a ser el escenario principal de la actividad teatral en Guatemala. En la época de Ubico, esta actividad se redujo de manera considerable. (A.A.P. 1997)

El 16 de junio de 1978, se inauguró el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, el cual se encuentra compuesto por el Teatro de Cámara, El Gran Teatro y el Teatro al Aire Libre, el diseño de este hermoso complejo se debe a la obra del maestro Efraín Recinos.

3.6 CULTURA

El ser humano con su forma de ver la vida, encuentra como medio de expresión sus prácticas cotidianas, formas de producción, vestuario, idioma y vida social. Las comunidades son organizaciones humanas donde se produce la cultura, ya que cada una se convierte en una fuente creadora de sus propias características, diferenciándolas de las demás. Los grupos étnicos situados en un contexto comunitario son productores y reproductores de su cultura.

Para Galindo (1995:41): "La cultura es todo el producto material y espiritual que los seres humanos han creado en su vida diaria, es lo que las personas producen y utilizan para vivir. Cuando se habla de cultura, se hace referencia a las técnicas y ciencias, llamándole así, *cultura material*. Mientras que al arte y otras expresiones de carácter subjetivo se les llama, *cultura espiritual*".

Guatemala cuenta con una variedad de culturas creadas e influenciadas por los grupos étnicos que habitan en comunidades, a ese conjunto de grupos se le llama "comunidad nacional."

CAPITULO IV

4. EL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, se encuentra localizado en la colina del Ex fuerte de San José de Buena Vista, cuya construcción se inició en el año de 1828, bajo la administración del General Arzú. Fue inaugurado el 25 de mayo de 1846, durante el Gobierno del General Rafael Carrera. En el año de 1872 el General Justo Rufino Barrios inauguró la primera escuela de primaria en el fuerte, dando así el primer paso dentro de la cultura. Desde su terminación, hasta el año de 1944, el Castillo de San José cumplió su cometido; constaba de Plaza Mayor, once jefes y oficiales, Banda de Guerra y tres compañías compuestas cada una de cinco oficiales y cien individuos de tropa.

El 20 de octubre de 1944, en la madrugada, el castillo fue atacado como culminación de la insurrección en contra del presidente provisorio, General Federico Ponce Valdés sucesor del derrocado presidente Jorge Ubico. El castillo se rindió. A partir de esa fecha no fue más que un fuerte abandonado. Mas adelante se instaló en él, El Luna Park, Parque de Diversiones, luego volvió a quedar en desuso. Cuando se pensó en la construcción del Teatro Nacional, después de haberse discutido sobre varios predios, fue escogido por su localización estratégica, la colina del Ex fuerte de San José. Su construcción se inicia el 16 de noviembre de 1961, durante la administración del General Miguel Idígoras Fuentes. Fue este Gobierno el que decidió el impulso definitivo a la construcción del Teatro Nacional, el cual se inauguró el 16 de junio de 1978, el primer concierto se efectuó en el gran Teatro el 15 de septiembre de 1979. El Centro Cultural tiene una altura de 26.17 metros del nivel del piso.

El Centro Cultural Miguel Angel Asturias, se encuentra ubicado en el sector oriente del Centro Cívico de la Ciudad Capital.

El Centro Cultural lo integran: El Gran Teatro, El Teatro de Cámara y el Teatro al Aire Libre. Forman también parte del complejo, La Escuela Nacional de Artes Plásticas, Restaurantes, Parques, Fuertes, Jardines, plazas y Parquesos.

La construcción de este complejo es histórica, porque para llegar a su finalización el proyecto sufrió varias transformaciones y retrasos innecesarios, mas que todo por la poca preocupación de las autoridades que tuvieron que ver con el mismo durante el largo periodo de su realización.

El primer proyecto fue obra del recordado arquitecto Marco Vinicio Asturias, quien tenía la idea que este complejo ocupara numerosas manzanas de tierra a sus alrededores, para lo cual había que expropiar a numerosos propietarios de casas vecinas. El objetivo de todo esto era construir un Centro Cultural y Turístico, digno de una metrópoli moderna, en donde el Gran Teatro, en su máxima altura tuviera un amplio mirador que dominara la

capital de la república, a un nivel superior a la torre del reformador. Esto con la inesperada muerte del arquitecto Asturias Montenegro, ya no se realizó.

Luego de otros ensayos, se encomendó el diseño al artista Efraín Recinos, quien fue finalmente el creador de la obra, teniendo como constructores a varios ingenieros que en su oportunidad se hicieron cargo del citado complejo.

El 10 de mayo de 1979 se denomina Centro Cultural de Guatemala al Complejo arquitectónico conformado por los edificios e instalaciones siguientes: Teatro Nacional, que comprende el Teatro de Opera y el Teatro de Drama: Teatro Al Aire Libre, Escuela de Artes Plásticas y Castillo de San José de Buena Vista ubicado en la 24 calle 3-81, zona 1.

El Centro Cultural Miguel Angel Asturias, obra que enorgullece a todos los Guatemaltecos; ha sido desde su fundación el motivo de un sin fin de comentarios tanto a nivel nacional como a niveles artísticos internacionales; y no será para menos, su abstracto diseño rompe con la tradicional figura de las construcciones del Centro Cívico de nuestra capital contrastando con los edificios del Banco de Guatemala, Ministerios de Finanzas Públicas, Corte Suprema de Justicia, Torre de Tribunales, etc., El Centro Cultural producto de la mente privilegiada de los guatemaltecos es grande, es majestuoso, es importante pero sobre todo es nuestro. Enclavado en un punto dominante de la topografía metropolitana, pareciera ser una joya sustraída por el propio firmamento: pareciera que un templo de Tikal, se trasladó a la colonia de la Cultura, con su visión de futuro.

El Centro Cultural Miguel Angel Asturias se encuentra con un calendario de actividades extenso, ya que la principal preocupación de su administración es brindar al público las mejores funciones y presentaciones de calidad, pero con la accesibilidad adecuada a todos los públicos a fin de que el Guatemalteco conozca su Teatro Nacional, que se familiarice con él y dentro de sus planes de diversión semanal, se encuentre incluida una visita al Centro Cultural Miguel Angel Asturias, que ofrece una gama de funciones y presentaciones artísticas, dando a conocer los valores que tiene nuestra querida Guatemala, creando también un teatro especial llamada Trastastidores, donde el actor actuando frente al público, teniéndole tan cerca tiene que demostrar su seguridad y profesionalismo encarnando bien el personaje que presenta, y un sin fin de sorpresas más hacen al Centro Cultural Miguel Angel Asturias un verdadero manantial de diversión y arte, con la presentación de artistas de renombre internacional y actores de diversas ramas del arte.

La arquitectura del Teatro Nacional y el Teatro Al Aire Libre, presupone en el público una conciencia romántica y exaltada que se traduce en una volumétrica escultórica sensual y barroca donde se transparentan las imágenes de una manera contemporánea que no cesa.

Efraín Recinos y su Legado Cultural

Es un ingeniero y arquitecto que ha incursionado en las artes visuales (dibujo, pintura, escultura) así como el urbanismo, muralismo y arquitectura. En esta rama, su obra más representativa es el Teatro Nacional de Guatemala.

EL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS

Su arte se liga al realismo mágico latinoamericano, al que proporciona un lenguaje de formas y personajes en un clima fantástico de ceremonial; una especie de música visualizada debido al énfasis en la orquestación formal del color, la textura y el volumen, así como una larga serie de interpretaciones diferentes para el espectador.

Nació en la Ciudad de Quetzaltenango, el 15 de mayo de 1932. Tiene estudios de Ingeniería y Arquitectura en la Universidad de San Carlos, en pintura, escultura y dibujo: Autodidacta. Exposiciones individuales varias veces en su país y la Unión Panamericana Washington, colectivas en San Salvador, Sao Paulo, París, Berlín, Miami, México, Leicester (Inglaterra). Primer Premio Centroamericano de Pintura 1963 Premio Nacional en sucesivos años, 1962-65-66-68-70. Segundo Premio Centroamericano San Salvador, 1964. Primer Premio Centroamericano de escultura. Guatemala 1968, 1970. Primer premio de arquitectura diseño Stand Guatemala, en la Feria Industrial de Berlín, 1964. Primeros premios murales: Crédito Hipotecario y Feria de Primavera, Guatemala.

4.1 DATOS IMPORTANTES DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS

Fue durante la administración del presidente Kjell Eugenio Laugerud García, cuando se le dio más atención a la construcción y se pensó que la obra debería terminarse, para lo cual se dispuso de la contratación de 400 trabajadores, que en horario ordinario, y a veces en tiempos extras laboraron hasta la finalización del proyecto.

La arquitectura del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, tiene sus raíces en nuestra americanidad, y se manifiesta en un lirismo escultórico de espacios y formas, cuya estética se traduce en un lenguaje de formas contemporáneas a fines del realismo latinoamericano.

Entre otras cosas se cuenta con un sistema completo de alarmas y contraincendios, así como extinción del mismo, cortinas de asbesto para detener el fuego y trampas de humo, se cuenta desde luego, con personal capacitado para el control de estas situaciones. Su estructura es asísmica.

La inversión total del complejo fue de Q. 18,837,552.68, esto no incluye el valor del terreno que tiene un área de varias manzanas, con lo cual indudablemente se eleva el costo de esta importante obra.

Comprende este complejo cultural, el edificio del Gran Teatro Nacional, el Teatro de Cámara, el Teatro al Aire Libre y jardines aledaños, el Bar Santa Bárbara, La Escuela Nacional de Artes Plásticas, Área de estacionamiento, Calzada principal, las áreas verdes y el Museo Heráldico.

Según decreto legislativo número 35-87 de fecha 26 de junio de 1987, este complejo que anteriormente se llamaba Centro Cultural de Guatemala se denominó Centro Cultural Miguel Angel Asturias, en honor a nuestro premio nobel de literatura en 1967.

El Centro Cultural Miguel Angel Asturias formó parte del Ministerio de Educación por el acuerdo gubernativo 140-46, luego pasó a ser parte del Ministerio de Cultura y Deportes desde el 17 de febrero de 1986 hasta la fecha.

La forma y color que integran sus volúmenes, se debe al paisaje que lo circunda: colina, cielo y nubes que además, se integra al perfil de los volcanes Guatemaltecos. Hay una relación de armonía entre la obra del hombre y la de la naturaleza en donde existe una voluntad expresa de respuesta entre ambas.

Para llevar a cabo sus funciones y lograr sus objetivos se estructura de acuerdo a diferentes actividades básicas como lo son:

- Administración
- Área técnica artística
- Área de mantenimiento
- Vigilancia
- Espectáculos
- Acomodación.

4.2 TEATRO DE CÁMARA

El Teatro de Cámara o Teatro Drama fue el primero en terminarse. El mismo fue construido especialmente para presentar conciertos de música de cámara, recitales de música, poesía, escenificación de pequeñas obras de teatro, conferencias, mesas redondas etc. Cuenta con 305 butacas en platea y balcón.

4.3 GRAN TEATRO NACIONAL

Con respecto al Gran Teatro Nacional, este consta de 2,041 butacas situadas en platea, balcones I y II. Estas butacas juntamente con las del Teatro de Cámara tienen un costo de Q. 150,000.00

Entre otros detalles del Gran Teatro, la obra ya concluida y que actualmente presta servicios para espectáculos y actividades diversas, podemos mencionar que cuenta con: aire acondicionado, 52 líneas de tramoya, 3 cortinas motorizadas, detección y protección contra el fuego, 2 plantas de emergencia de 350 kva y sistema de bombeo, en lo que toca a la acústica, esta fue realizada para funcionar a un máximo de audición, pero su principal sistema, entre otros muchos, consiste en una especie de caja de un gran instrumento, donde se refleja al público.

Además se ha empleado el sistema de duelas de madera con fibra de vidrio, y considerando que la pureza del sonido es importante, se hicieron muros y techos dobles, ventanas y puertas acústicas; se incluyen también dos lozas de diferente espesor para contrarrestar el ruido de los aviones a propulsión.

La visibilidad para apreciar con comodidad los espectáculos es horizontal y vertical; el espacio entre las filas de los asientos en platea es de 94 centímetros y los palcos de 90 centímetros.

Entre otra cosas, el Gran Teatro tiene numerosos servicios sanitarios, para el público, artistas, personal administrativo, directores, etc. Goza también del servicio de telefonía guardarropa, bar, restaurante, salón de recepciones y cafetería; tiene un parqueo para 750 vehículos, uno de ellos entra por un túnel en donde se puede ingresar directamente al Teatro. La boca escénica del Teatro es de 21 x 13 metros. Y reducible hasta 16 metros, según el caso, tiene dos hombros de escenario de 15 x 14 metros y profundidad de 15 metros.

Cuenta además con diversos juegos de cortinas, pantalla de protección, baterías de reflectores, frisos verticales y horizontales, juegos para telones, ciclograma, concha acústica, elevador de carga, vagonetas de escenografía, montacargas, disco giratorio, sistema hidráulico para bajar y subir al piso de orquesta, sistema de iluminación con reflectores, talleres de pintura, carpintería.

Hay varias oficinas para Administración, para Directores Técnicos y todo lo concerniente a Jefaturas y secretarías, taquillas, botiquines de emergencia, espacios para descarga con acceso para vehículos pesados, vestuarios, enfermería, salas de ensayo para música, ballet y teatro, cuartos transformadores, casa de máquinas cisternas, taller eléctrico y bodegas.

Hace 22 años, cuando el Teatro fue inaugurado, según referencias históricas, era uno de los más grandes y más modernos de toda Latinoamérica. Incluso se decía que competía en calidad y capacidad con dos de los más grandes colosos de Europa.

Este Teatro tiene una concha acústica para 300 intérpretes coro y orquesta y un foso para un máximo de 100 músicos. El foso de la ópera de París tiene capacidad para 60 intérpretes y la Escala de Milán para 96, de manera que nuestro Teatro Nacional, en ese sentido, tiene mayor capacidad, si las relacionamos con estas salas, que son las más famosas y conocidas en todo el mundo.

4.4 TEATRO AL AIRE LIBRE

El Teatro Al Aire Libre tiene una capacidad mínima de 1,500 espectadores y un máximo de 2,300 se presentan en el esencialmente, espectáculos de grandes masas y los mejores grupos folklóricos, conjuntos populares, dramas épicos, etc., Está adosado al antiguo fuerte de San José Buena Vista integrado de forma natural ese fondo histórico.

CAPITULO V

5. METODOLOGÍA

5.1 -TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Es de tipo descriptiva-cualitativa.

Descriptiva:

Ya que por medio de la información recopilada, se logró conocer la situación actual del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, la manera en que trabajan sus diferentes departamentos, sus funciones, la importancia del mismo como patrimonio histórico-cultural y los problemas que afronta en la actualidad.

Cualitativa:

Las respuestas y reacciones de los entrevistados, se convirtieron en los elementos necesarios para el análisis correcto de la investigación.

5.2 -UNIVERSO:

Las personas que laboran dentro del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, Ministerio de Cultura y Deportes, los Artistas y el público en general.

- Criterio Muestral:

Para realizar la investigación necesaria para el desarrollo de la presente tesis, se procedió a dividirla en cuatro grupos.

El **Primer Grupo** de elite, denominado así por el nivel jerárquico y por los cargos clave que desempeñan, además del nivel de conocimiento del Centro Cultural y lo conforman tres personas: Licenciado Roberto Cabrera, Director del Centro Cultural Miguel Angel Asturias; Ingeniero Efraín Recinos creador y actual Asesor de Mantenimiento; y el Licenciado Mario González, Relacionista Público del Ministerio de Cultura y Deportes; de esta manera se pudo conocer el punto de vista desde la Dirección como la Proa de la institución, de alguien que conoce el lugar sabiendo para qué fue creado y cómo debe de funcionar, también cómo es visto por la entidad a la que pertenece y decide su destino finalmente. Las entrevistas se realizaron con el fin de conocer la problemática actual de la Institución y su importancia a nivel nacional.

El **Segundo Grupo**, los jefes de los departamentos que componen la administración del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, quienes respondiendo a las preguntas de la entrevista permitieron conocer las actividades y funciones de cada uno de los departamentos y lograr así un detalle general de sus funciones y los problemas que

enfrentan para el buen desempeño de las mismas, sirviendo de fuente para hacer una propuesta de las funciones del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El **Tercer Grupo** de entrevistados, los artistas nacionales, que forman parte del público interno, pues son los que utilizan las instalaciones y sus servicios para proyectar su arte. Para conocer la imagen que actualmente está generando el Centro Cultural Miguel Angel Asturias a su público, fue importante hablar con ellos y conocer cómo se identifican y qué tanto les preocupa cualquier problema que pueda afectar a la institución antes mencionada.

Con la finalidad de hacer un grupo diverso y completo se entrevistó a ocho artistas, entre los cuales se encuentran escritores, productores, directores, iluminadores, escenógrafos y actores de teatro; siendo ellos: Elbia Sanabria, Salomón Gómez, Roberto Oliva, Hector Leal, Angelo Medina, Josué Sotomayor, Jorge Ramírez y Guillermo Ramírez.

Finalmente el **Cuarto Grupo**, las cien personas que llegaron, a la Gran Sala del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, el día nueve de septiembre del año 2000 a presenciar un festival de la Canción Nacional.

- **Ámbito de la investigación:**

El Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

5.3 -PROCEDIMIENTO:

La información se recopiló con la ayuda de entrevistas grabadas, encuestas, fichas bibliográficas, dispositivos mecánicos: cámara fotográfica y grabadora para entrevistas.

Se utilizó la técnica de la entrevista, la cual se realizó al Director del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, a él creador del mismo Centro Cultural, al Jefe de Relaciones Públicas del Ministerio de Cultura y Deportes y los jefes de los diferentes departamentos del mismo, a ellos se les hicieron diferentes preguntas dependiendo del cargo y conocimiento del tema. Para los artistas, se elaboró una entrevista de seis preguntas las cuales fueron respondidas por ocho de ellos dedicados a la actuación, dirección, producción, diseño de iluminación y escritores de obras de teatro. Obteniendo un total de quince entrevistados.

Para el público externo se preparó una encuesta de doce preguntas, necesaria para conocer la opinión del público en general, detectando la imagen externa que proyecta dicha institución, la cual fue respondida por cien personas que visitaban el Centro Cultural.

Se recopiló información documental muy importante en donde se conoció y analizó la historia e importancia del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

Así como la **observación** realizada al Centro Cultural Miguel Angel Asturias, para conocer el estado en que se encontraban las Instalaciones.

METODOLOGIA

ESTADÍSTICA

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Como se hace mención en la metodología, la manera en que se procedió a recabar la información necesaria para poder realizar un diagnóstico confiable y así presentar una propuesta idónea, en la que se pueda demostrar que la comunicación a través del uso adecuado de las Relaciones Públicas es beneficiosa para resolver los diferentes problemas que pueda afrontar una institución, fue identificar cuatro grupos:

En el **Primer Grupo**: El Licenciado Roberto Cabrera, Director de esta institución comentó que por Acuerdo Legislativo se le llama Centro Cultural Miguel Angel Asturias y no es correcto decir Teatro Nacional cuando uno se refiere a esta entidad adscrita al Ministerio de Cultura y Deportes, cuya función primordial es la de apoyar al artista nacional y extranjero, difundir las muestras de arte nacional en todas sus manifestaciones, organizando y promoviendo programas culturales. El Licenciado Cabrera admite que en los últimos tiempos su función sólo ha sido la de un teatro de alquiler. Esta información la amplia un poco más el Ingeniero Recinos, que en su opinión actualmente no está cumpliendo con la función de un Centro Cultural, sino que es una sala de espectáculos grande y le faltan escuelas de danza, teatro, cine, televisión, museos de artesanías y artes, una biblioteca para ser un verdadero Centro Cultural. Según Recinos, hay espacios y anteproyectos para realizar las áreas mencionadas con anterioridad, pero lamenta que no se cuente con el presupuesto adecuado para realizarlos. Por su parte, el Licenciado González al responder ¿qué es el Centro Cultural y cuál es su función? Explica que forma parte del Ministerio de Cultura y Deportes, encontrándose bajo la tutela de Arte y Cultura. La función del Centro Cultural es ser un lugar de puertas abiertas para todas las manifestaciones del arte. No sólo los capitalinos deben de identificarse y disfrutarlo.

Los tres entrevistados coincidieron al indicar que “la importancia del Centro Cultural está en hacer arte y promoverla”. Cabrera dice que entre su plan de trabajo se encuentra el realizar actividades que promuevan el arte y llevarlas a todo el país, para eso se necesita empezar con un cambio administrativo y una renovación física en el establecimiento.

El Director informó que el problema principal del Centro Cultural, son las condiciones actuales del teatro, la más lamentable es la de carácter físico debido al mantenimiento nulo por años y lo declara deficiente para cumplir con sus funciones, “apunto de colapsar”. Recinos enfatiza que el principal problema es que en los veintidós años de vida del Centro Cultural nunca ha recibido mantenimiento y pronto ya no se podrá usar. Mientras que González en representación del Ministerio de Cultura, sabe que el principal problema del Centro Cultural, es el mal estado en que se encuentra para poder cumplir con sus funciones y dar un buen servicio al usuario.

Según indicó el Director del Centro Cultural, “no se cuenta con apoyo financiero para renovar el establecimiento físicamente y así poder cumplir con sus funciones, ya que el presupuesto asignado por el Estado es bajo, el ingreso obtenido por el alquiler de las Salas es muy reducido y apenas cubre algunos gastos primordiales, y las donaciones son

nulas hasta ahora". El Relacionista Público del Ministerio de Cultura y Deportes admite que no hay presupuesto para rescatarlo. Por lo que se considera que es necesario pedir ayuda a Instituciones no Gubernamentales y otros países para resolver el problema.

El Maestro Recinos que actualmente realiza actividades de asesoría en Mantenimiento, considera que para renovar el Centro Cultural Miguel Angel Asturias es necesario contar con un máximo de treinta millones de quetzales, no siendo necesario cerrar las puertas por completo -informó el Asesor de Mantenimiento- lo cuál resulta muy confiable pues son palabras que vienen del Arquitecto e Ingeniero que realizó tan importante edificio.

Roberto Cabrera, reconoce que es necesario renovar la imagen del Centro Cultural porque ha recibido desprestigio por abusos y malos usos que se han hecho en él. Siendo una estrategia importante, aplicar las Relaciones Públicas, ya que son necesarias para tener una correcta comunicación con el usuario, pues se encarga de mejorar la imagen de la Institución, a lo que él considera de mucha importancia. "Este es un Centro difusor de Cultura y debe de representar un orgullo para los guatemaltecos, por ello apoyaría una campaña para Salvar al Centro Cultural Miguel Angel Asturias".

El Licenciado Mario González, cree que la mayoría de la población no sabe qué es un Centro Cultural y considera necesario fortalecer la imagen y el posicionamiento del mismo. Ambos reconocen que actualmente se está haciendo crecer una imagen negativa para el Centro Cultural y que incluso los principales medios de comunicación cuando hablan de él, es para decir cosas oscuras y desagradables que confunden a la población.

En el **Segundo Grupo**: Renato Morales, jefe del Departamento Administrativo indicó que la principal actividad de éste, es velar por el cumplimiento de las normas establecidas al personal para desarrollar de manera eficiente su trabajo. El problema que afronta el Departamento es la falta de personal para el correcto desempeño de las funciones del Centro Cultural.

El Departamento Técnico Artístico, dirigido por Julio Batz, se encarga de los detalles Técnicos Artísticos necesarios para cualquier tipo de espectáculo, eso indica que es vital para el desarrollo de cualquier actividad en los teatros que integran el Centro Cultural. Se compone de varias secciones: Tramoya, Sonido e Iluminación.

Al conocer las respuestas se comprende que la situación de todas las secciones de este departamento que es tan importante para el buen desempeño en las funciones del Centro Cultural son muy malas y que cada vez que se realiza un evento dentro del mismo, su calidad en servicio es menor, los artistas y público corren riesgo dentro de cualquier Sala de Teatro.

Para conocer sobre las funciones del Departamento de Contabilidad se conversó con el señor Julio Castro, encargado del Departamento, quién indicó que en esta área se realizan los trámites necesarios para la administración del presupuesto designado a la Institución.

Según la ley de Presupuestos y Egresos del Ejercicio Fiscal 2000 el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, debería de contar con Presupuesto Propio; sin embargo no es así, ya que no se le entregó específicamente un Presupuesto, sus fondos asignados deben de ser repartidos entre tres unidades más, Teatro de Bellas Artes, Radio Faro Cultural y la Editorial de

Cultura, ninguna de ellas se asemeja en la magnitud física y de personal, detectándose un incumplimiento de Ley en el Presupuesto. Según Julio Castro, la anterior Administración realizó una investigación, en donde detectaron de que hay un fondo de seis millones de quetzales asignado para el mantenimiento del Centro Cultural, pero, no se conoce en que Secretaría o Dependencia del Estado se encuentra para realizar el reclamo correspondiente. Los Fondos Propios, que consiste en la captación por actividades realizadas tampoco pueden ser aprovechadas de inmediato ya que se deben de depositar a una cuenta llamada Fondos Privativos, la cual se libera al siguiente año.

Para el Departamento de Seguridad, su función principal es propiciar la protección necesaria a toda persona que ingresa a las instalaciones del Centro Cultural, así respondió Julio Navas jefe del mismo.

"Lamentablemente esa función no se puede cumplir a cabalidad por la falta de elemento humano para cubrir todas las áreas que implican el Centro Cultural," comentó preocupado el señor Navas al hablar sobre los problemas que enfrenta el Departamento que dirige.

A la vez el reconocido Ingeniero Efraín Recinos, respondió por el Departamento de Mantenimiento (ya que no hay una persona encargada para ello) indicando que la importancia del mismo radica en garantizar el normal funcionamiento de todas las instalaciones.

Este departamento no cuenta con una persona asignada como encargada y además no puede cumplir a cabalidad con su función, pues nunca ha tenido un Presupuesto para llevar a cabo un correcto mantenimiento, el deterioro en la obra física es evidente y las instalaciones especiales que son: la Planta de Emergencia, Sistema de Aire Acondicionado, Sub-estación Eléctrica y la Alarma Contra Incendios no funcionan correctamente, convirtiendo el lugar en poco seguro y cómodo, lo cual, es alarmante aseveró Recinos.

En cuanto al Departamento de Relaciones Públicas, su principal objetivo es devolver al Centro Cultural la imagen de patrimonio Histórico Cultural (Según Ileana Mérida jefe de Relaciones Públicas) sin embargo, el objetivo no se cumple, pues las actividades que se desarrollan son las de llevar el control de arrendamiento de los diferentes espacios (que es propio de atención al usuario o una oficina encargada de forma específica para ello) lo cual absorbe todo su tiempo, limitando sus demás actividades, ya que incluso tenía que hacer el conteo y revisión de boletaje antes de entregarse al usuario. Esto se da a conocer al responder a la pregunta de cuáles eran los problemas en su Departamento, en donde menciona que su preocupación es el traslape de horarios y actividades en los Teatros.

Al realizar un análisis conjunto a las respuestas obtenidas en las entrevistas, se encuentran varios problemas derivados de la falta de personal para el correcto desempeño de sus funciones. En el caso de Relaciones Públicas, la función de comunicación no se desarrolla como tal; por otro lado, el problema más sobresaliente es la falta de mantenimiento de las instalaciones, provocando deterioro en los equipos especiales necesarios para que cualquiera de los Teatros brinde una adecuada función.

En el Tercer Grupo: De las diferentes respuestas obtenidas, se pudo observar que coinciden en sus pensamientos y su forma de ver el Centro Cultural y la imagen que para ellos proyecta, por lo que se presenta un análisis unificado:

♦ Para los entrevistados, la importancia del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias está en que es un Monumento Histórico y uno de los Teatros más bellos de Latinoamérica. Todos lo reconocen como un Teatro Nacional y esa es su importancia, más no como Centro Cultural, pues para ello debe de contar con varias escuelas de arte. Es la esencia misma de las artes escénicas: danza, canto y teatro. Es un espacio donde se pueden desarrollar como artistas y dar a conocer su arte.

♦ La función del Centro Cultural es ser un generador de cultura, representando lo mejor del arte escénico Nacional e Internacional.

♦ En cuanto la imagen que tienen del Centro Cultural, es de pena por la condición de abandono, todos reconocen que la falta de mantenimiento le ha provocado grandes daños a las instalaciones, impidiendo el correcto desempeño de las Salas, como los exteriores del Centro Cultural. Los entrevistados consideran que la imagen mejoraría si se dedicara a apoyar el desarrollo de las artes escénicas y no permitir actividades que no tengan que ver con arte y cultura dentro de sus instalaciones.

♦ La mayoría consideran que la comunicación entre ellos y la Dirección es muy importante para conocer las políticas de la actual administración, y trabajar en conjunto.

♦ En cuanto a cuál podría ser la solución a la actual crisis del Centro Cultural, opinan:

-Están dispuestos a unirse y apoyar por medio de diferentes actividades, no desean quedarse de brazos cruzados.

- Es necesario educar a la población y crear un público para el arte.

- Hay que crear verdaderas políticas culturales.

- Se debe de salir a buscar apoyo y tocar puertas para encontrar recursos y rejuvenecer el Centro Cultural de inmediato.

- También se pide que se estudie la posibilidad de convertirlo en semiautónomo.

♦ Todos consideran que es muy importante proyectar el arte y cultura del país en el extranjero, coincidiendo en que los artistas deben de expresar y dar a conocer nuestra identidad como país multicultural. Existen muchos artistas guatemaltecos reconocidos a nivel internacional, y han recibido reconocimientos en las diferentes artes, el problema es que dentro del país nadie se entera.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

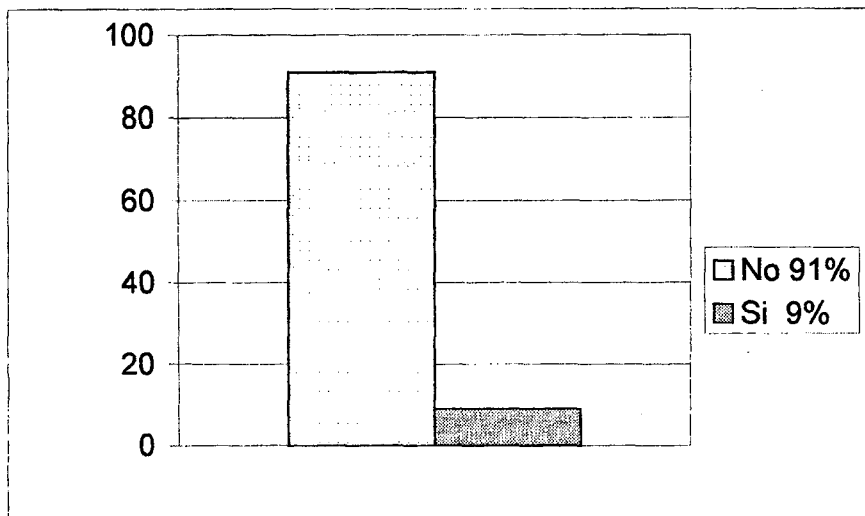
ANÁLISIS DE RESULTADOS

El **Cuarto Grupo** que compone la investigación es el del público en general, el cual al responder las doce preguntas de la encuesta realizada, permitió conocer la imagen externa que actualmente transmite el Centro Cultural, a continuación se describen los resultados obtenidos, de las cien personas que visitaron la Gran Sala, el día sábado nueve de septiembre de 2000 y su correspondiente análisis:

ANÁLISIS DE RESULTADOS

ANÁLISIS DE RESULTADOS

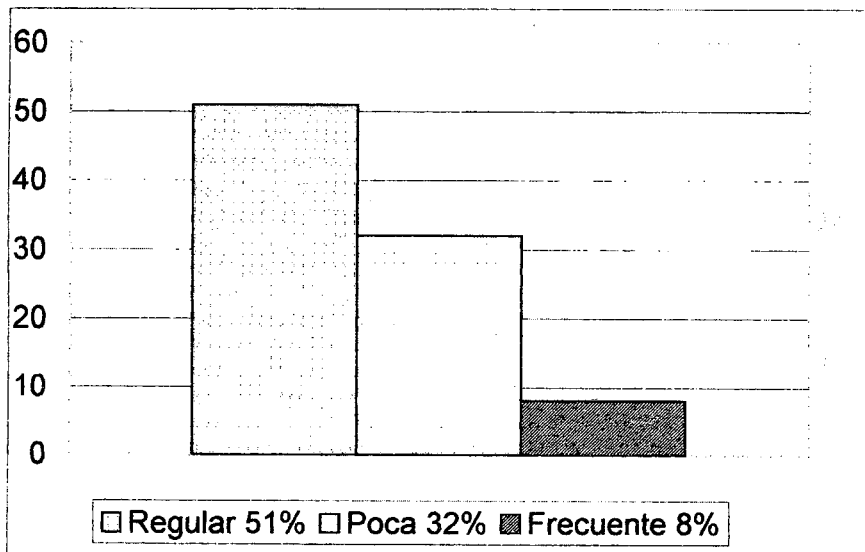
1- ¿Es la primera vez que visita el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 91% de los encuestados ha visitado varias veces el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, a diferencia del 9% que era la primera vez que lo visitaba.

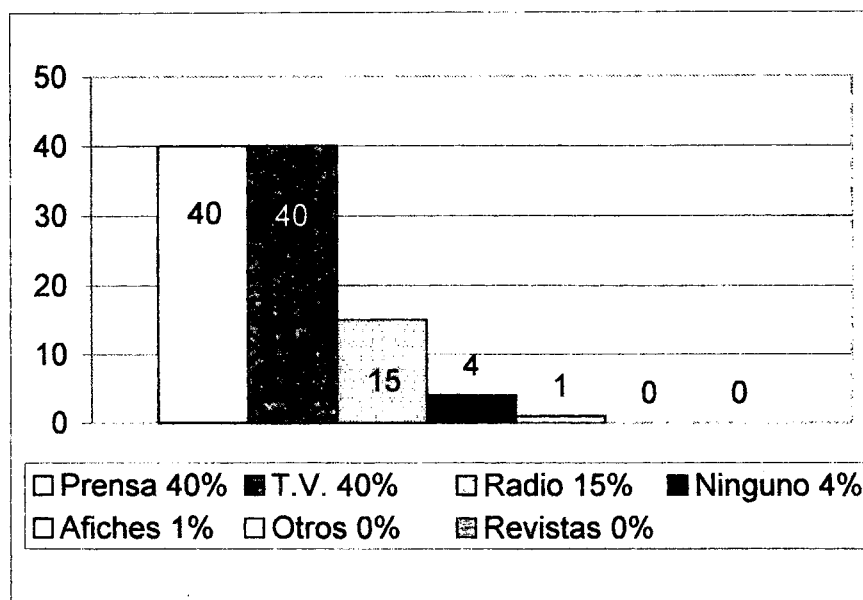
2- ¿Con que frecuencia viene al Centro Cultural Miguel Angel Asturias?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 51% de los encuestados llega en forma regular, el 32% llega pocas veces y un 8% llega con frecuencia; eso indica que la mayoría de las personas ocupa su tiempo libre en otras actividades

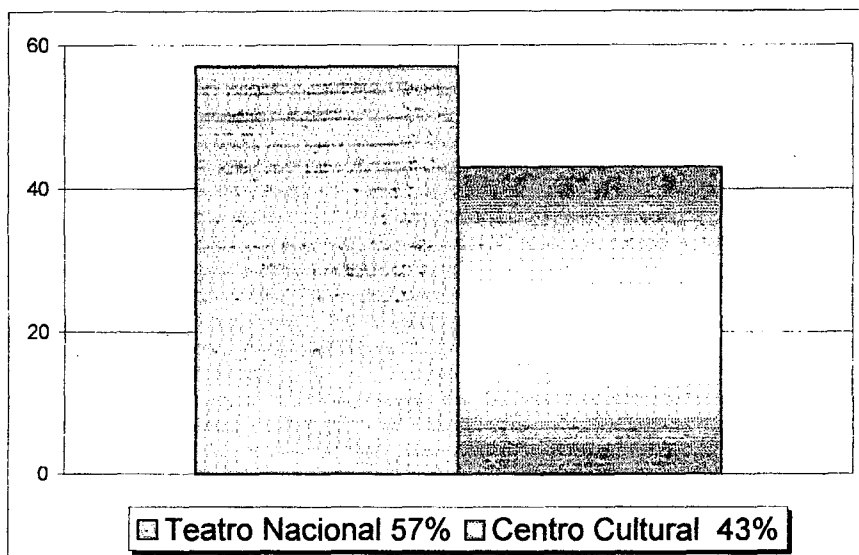
3- ¿A través de que Medio de Comunicación se entera de las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 40% de los encuestados comentó que para informarse de las actividades del Centro Cultural Miguel Angel Asturias lo hace por medio de La Prensa y otro 40% por la Televisión resultando estos ser los medios más utilizados; el 17% mencionó la Radio; el 4% que en Ninguno; Afiches el 1%; Revistas y Otros Medios con 0%; eso demuestra la poca inversión en los Medios de Comunicación para informar de las actividades culturales que se desarrollan en el Centro Cultural.

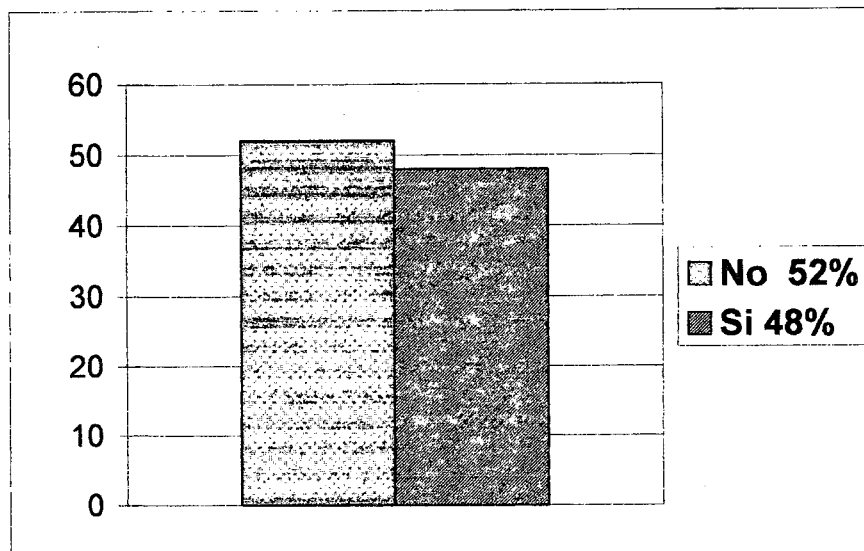
4- ¿Cómo identifica este lugar?



0Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 57% de los encuestados identifican al lugar como Teatro Nacional y un 43% como Centro Cultural Miguel Angel Asturias. Esto sucede a pesar de que en el artículo 1 decreto número 35-87 del Congreso de la República de Guatemala (publicado en el Diario Oficial el 26 de junio de 1987) se denomina "CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS" al actual Centro Cultural de Guatemala que incluye Teatro Nacional, el Teatro de Cámara, el Teatro al Aire Libre y demás espacios que componen este complejo.

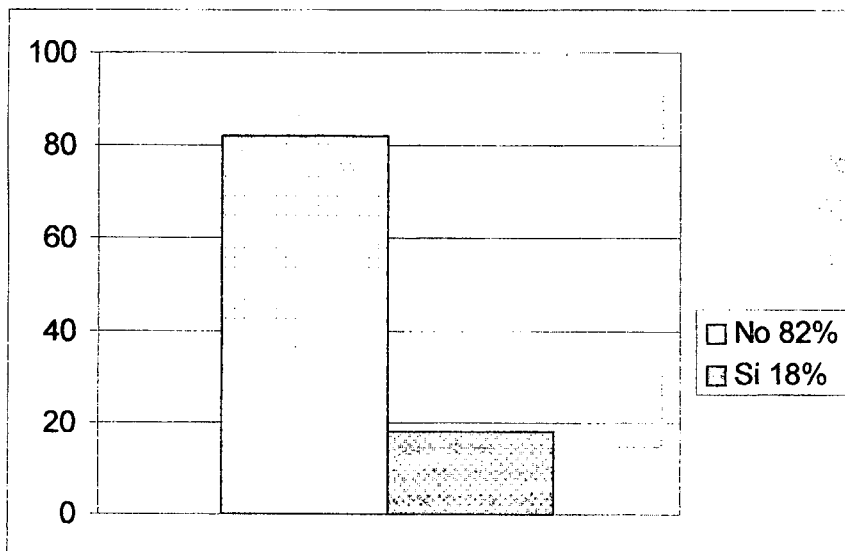
5- ¿Se ha enterado de algún hecho noticioso del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 52% de los encuestados indicaron que NO y el 48% respondieron que SI han escuchado noticias del Centro Cultural, pues en los últimos meses el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, ha ocupado algunos espacios en los medios de comunicación, principalmente escritos, en donde se ha hablado de los problemas actuales del mismo y también se ha tratado de darle una mala imagen.

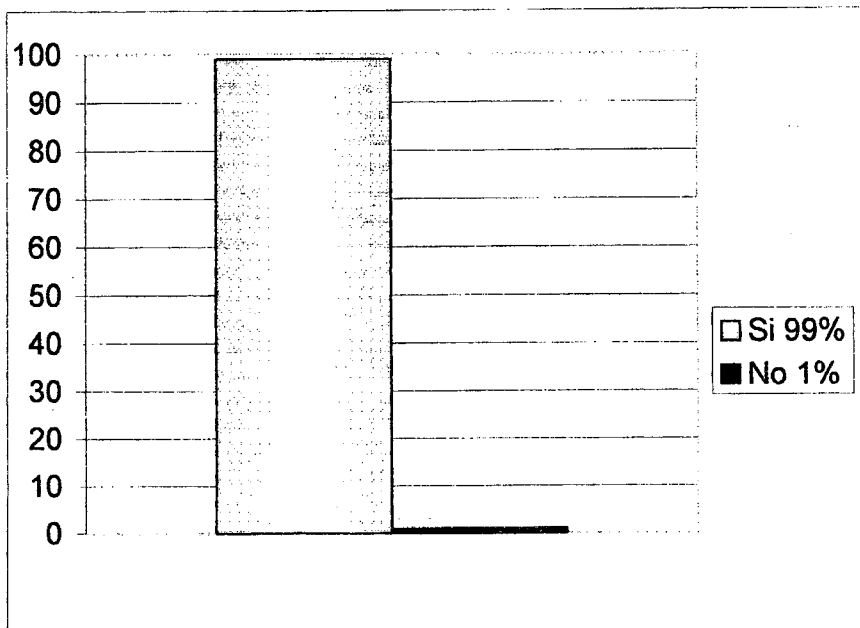
6- ¿Conoce las actividades culturales que se desarrollan en este Centro?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 18% de los encuestados respondió que SI conoce de las actividades como lo son obras de teatro y artisticas; mientras que un 82% respondió que NO, por lo que se hace necesario tener o crear canales de información, para promover la cultura del país.

7- ¿Considera al Centro Cultural Miguel Angel Asturias como Patrimonio Cultural?

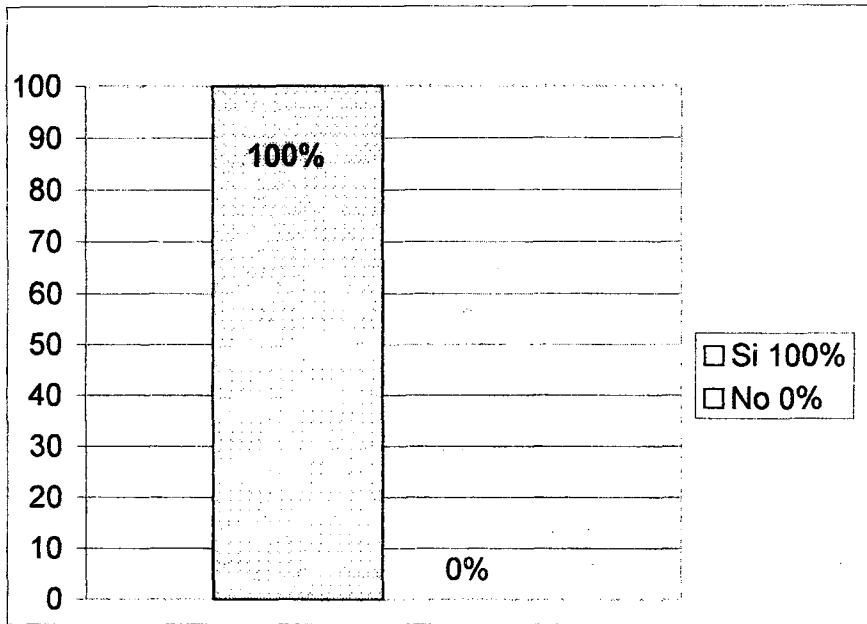


Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 99% de los encuestados considera al Centro Cultural como Patrimonio Cultural, y el 1% no lo considera así.

Según la Constitución Política de la República, artículo 61 (Derechos Sociales) son Patrimonios Culturales: los Sitios Arqueológicos, Conjuntos Monumentales y el **Centro Cultural Miguel Angel Asturias**, los que recibirán atención especial del Estado, con el propósito de preservar sus características, resguardar su valor histórico y bienes culturales. De esta manera el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, es considerado como Patrimonio Cultural.

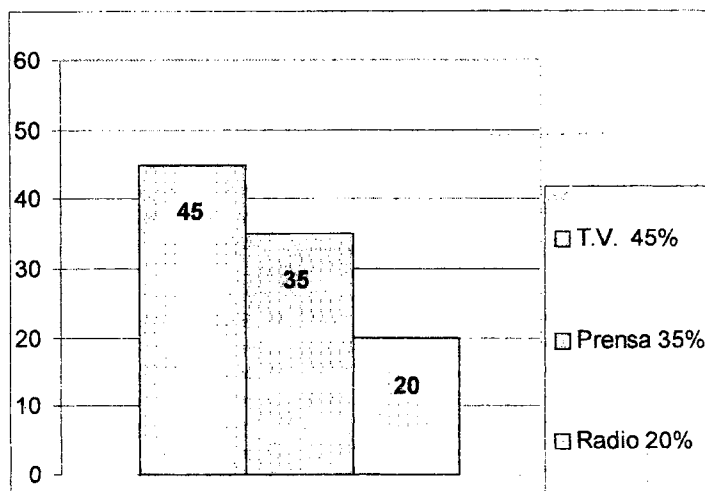
8- Cree necesario dar a conocer a nivel nacional ¿Qué es el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 100% de los encuestados demostraron estar de acuerdo en que es necesario dar a conocer a Nivel Nacional, qué es el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, su historia y sus diferentes actividades tal y como se especifica en el artículo 59 de la Constitución Política de la República, en donde se indica que “Es obligación primordial del Estado proteger, fomentar y **“DIVULGAR LA CULTURA NACIONAL”**”.

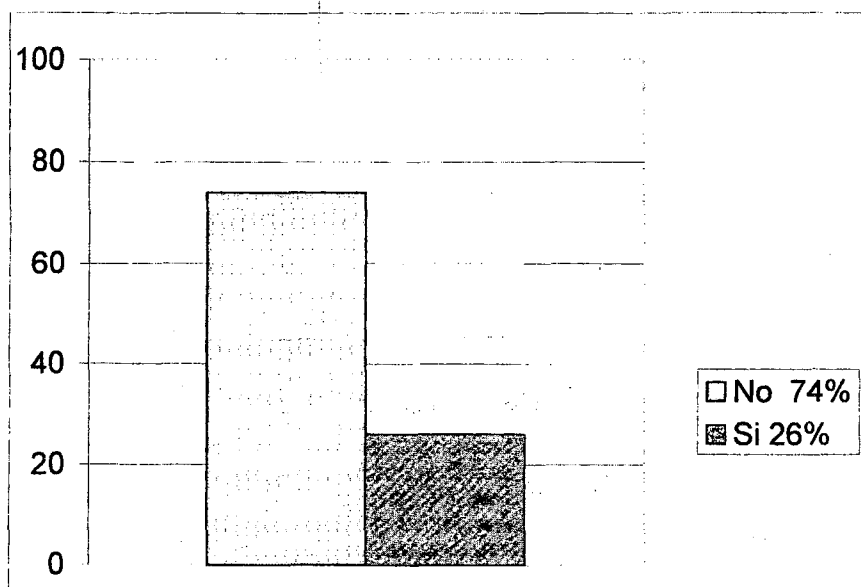
9- ¿En que Medio de Comunicación le gustaría encontrar información de las actividades y datos importantes del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

Las respuestas reflejan que el 45% de los encuestados prefieren informarse sobre las actividades del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, a través de la televisión. El 35% por prensa y el 20% por radio.

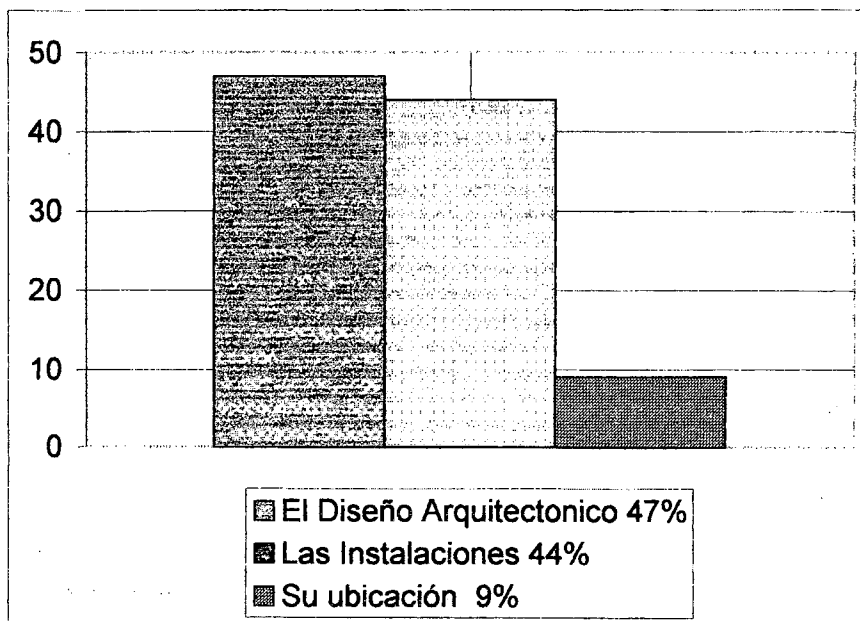
10- Un Centro Cultural debe producir y difundir las muestras de arte nacional en todas sus manifestaciones, apoyando y promoviendo la conservación de nuestros valores culturales. ¿Cree que el Centro Cultural Miguel Angel Asturias cumple con esta función?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 74% de los encuestados se lamentaron al reconocer que el Centro Cultural Miguel Angel Asturias NO cumple con sus Fines determinados según el Reglamento General del Centro Cultural; ante un SI dado por el 26% de los encuestados.

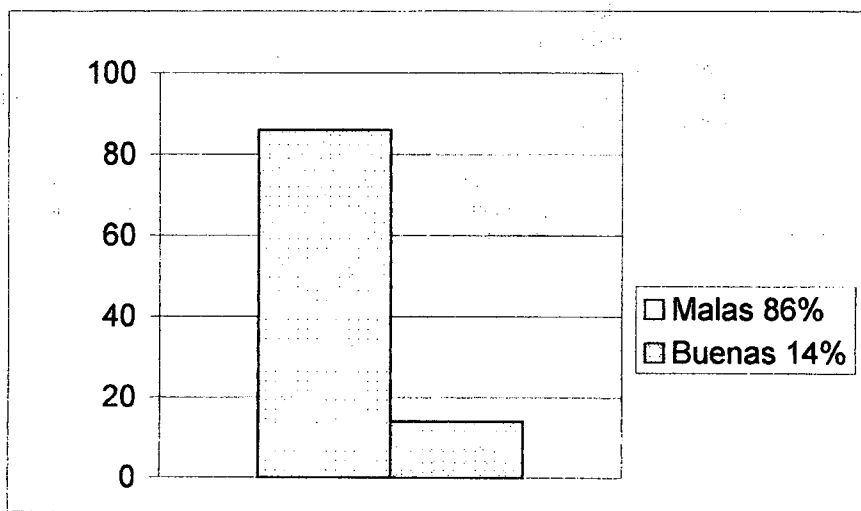
11- ¿Qué es lo más le gusta de este Centro Cultural?



Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 47% de los encuestados respondió que el Diseño Arquitectónico es lo que más le gusta, el 44% las Instalaciones y un 9% se inclinó por la ubicación. Los resultados son los esperados ya que el Diseño Arquitectónico de este edificio es único en el mundo y su originalidad inspirada en la belleza natural de Guatemala lo hace ser uno de los más bellos a nivel mundial.

12- ¿Qué opinión le merece las condiciones actuales de las instalaciones?

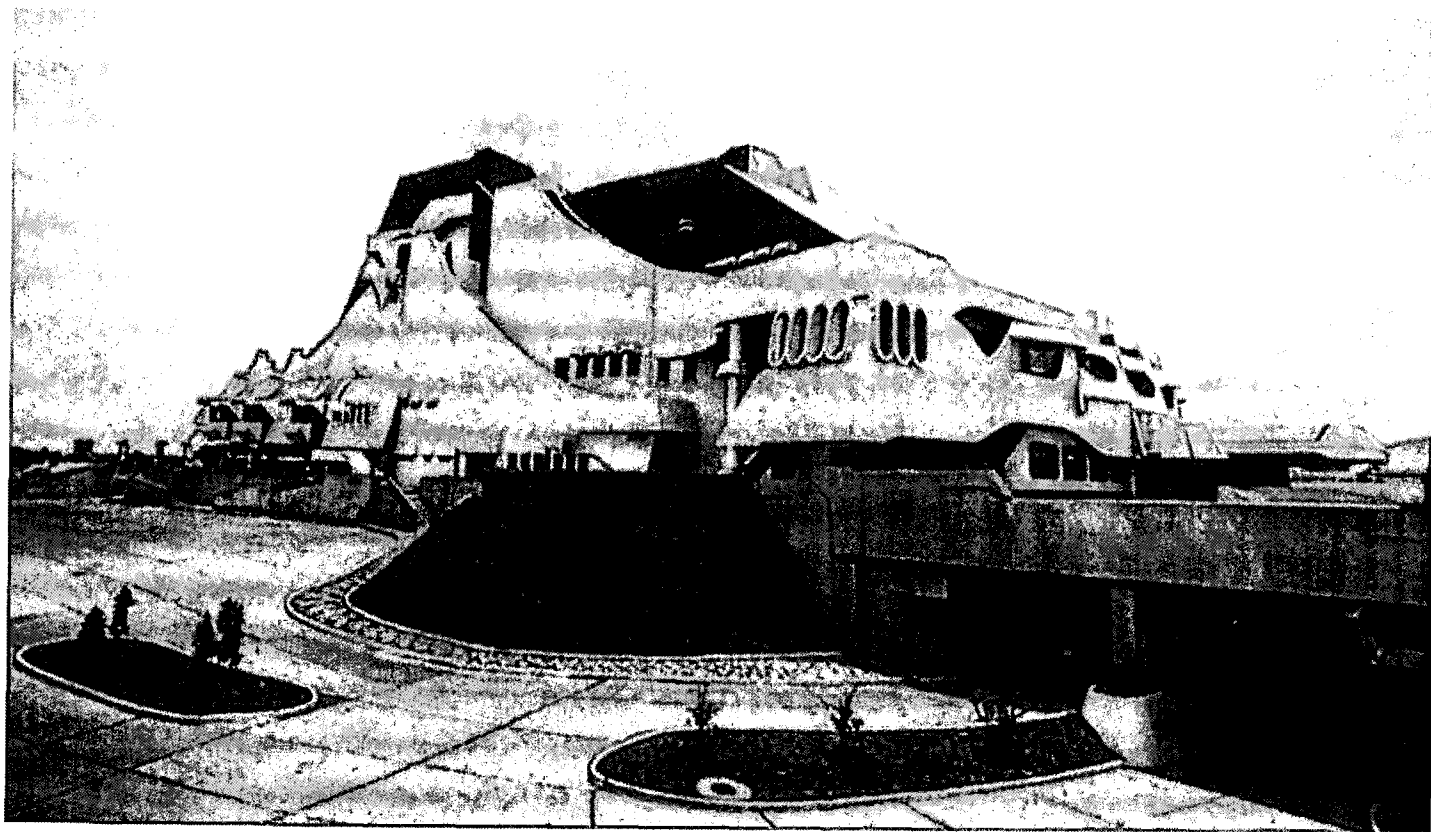


Fuente: Encuestas realizadas en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

El 86% de los encuestados manifestó que las instalaciones se encuentran en mal estado, lo cual es evidente, ya que con la información obtenida en las entrevistas (páginas 42, 43, 44), se determina que el problema principal es "la falta de mantenimiento" entre ellas las instalaciones especiales como la iluminación, la planta de emergencia, el aire acondicionado, la tramoya que sirve para subir y bajar los telones, el piso móvil de la Cámara Acústica, la detección contra incendios y calor. Un 14% las consideró en buen estado.

Además de las entrevistas y encuestas, esta investigación también incluye la **observación física** del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, la cual permitió la verificación de la información recabada por las respuestas recibidas, en efecto las alfombras están desgastadas, los cortinajes remendados y descoloridos, las luces están incompletas, al pararse en el piso del escenario rechina y varias de las butacas son inservibles, no hay micrófonos, los usuarios deben de llevar los que necesiten, el sonido no es el adecuado. Todo el daño en el equipo da como consecuencia que el Teatro no sea un lugar adecuado para brindar espectáculos de calidad. En sus exteriores también la falta de mantenimiento se observa en daños como vidrios rotos, puertas descompuestas y mosaicos deteriorados por la erosión y también han recibido daño por la mano del hombre y la mujer.

Se puede mencionar que la razón del abandono que lleva al camino de colapso del Centro Cultural, se enfatiza en la falta de recurso económico para solucionar el problema que es de conocimiento para todas las personas entrevistadas.



Vista Imponente del Teatro Nacional

CAPITULO VII

7. PROYECTO DE APOYO EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN/RELACIONES PÚBLICAS, PARA EL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS.

En el presente capítulo se desarrollara una propuesta de Comunicación y Relaciones Públicas, basados en lo que dice Gil (1978:94), toda campaña de Relaciones Públicas lleva un proceso, constituyéndola en una actividad programada de acuerdo a las necesidades y circunstancias de ese momento.

Por ello el capítulo anterior es de gran importancia ya que se convierte en el primer paso de éste proceso, la **Investigación**, que es el conocimiento del caso y del público. Como resultado del primer paso se pudo conocer que el Centro Cultural es una Institución en Crisis y que la solución es una adecuada **Planificación** de Comunicación basada en las Relaciones Públicas, lo que se convierte en el segundo paso del Proceso. El presente trabajo de Tesis consiste en dar los dos primeros pasos, los dos restantes que son la **Acción** y la **Evaluación** quedaran a consideración de las autoridades del Centro Cultural.

PROBLEMA	SOLUCION
<p>“El Centro Cultural Miguel Angel Asturias”, no ocupa espacios en los medios de comunicación y por falta de presupuesto se ha deteriorado físicamente, creando una mala imagen de servicio a su público prioritario.</p>	<p>Elaborar una Planificación de Comunicación/Relaciones Públicas, que genere una imagen de importancia para la opinión pública y buscar fondos con diferentes instituciones y organizaciones simpatizantes del arte y cultura.</p>

Se encontraron otros vacíos dentro de la institución como la falta de Misión, Visión, Objetivos, Valores y Funciones generales del Centro Cultural, así que en primer lugar se dará una propuesta para ser tomados en cuenta por la Dirección ya que estos le fortalecerán internamente.

También se consideró que las actividades que se realizaban en esta área de Relaciones Públicas eran orientadas más hacia el Servicio al Usuario, por ello se presentará una propuesta de las funciones de un Relacionista Público, el Perfil del Puesto, los integrantes y su perfil.

PROPUESTA

PROPUESTA

Por último se dará a conocer la propuesta de Comunicación/ Relaciones Públicas, para solventar la crisis del Centro Cultural.

7.1- PROPUESTA AL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS

El secreto del éxito de toda empresa o institución de servicio es conocer claramente hacia donde se dirige, por eso se debe de contar con una Misión, Visión, Objetivos, Valores y Funciones que harán el papel de brújula administrativa comunicándolo constantemente tanto en el área interna como externa, para que todos se identifiquen con la razón de ser de la institución. La siguiente propuesta se realiza al Centro Cultural Miguel Angel Asturias, ya que se comprobó que siendo está una institución tan importante, no cuenta con los elementos mencionados.

MISIÓN 1

Ser una entidad generadora de arte que pueda organizar, promover y divulgar sus diferentes manifestaciones, alcanzando la proyección nacional e internacional a través de impulsar la educación artística.

MISIÓN 2

Ser una entidad que genere, organice, promueva y divulgue diversos programas de arte y cultura dentro y fuera de nuestro país, siendo un pilar importante "la educación artística".

VISIÓN

Ser un modelo de Centro Cultural activo y de relevante importancia que proyecte la armonía de la diversidad cultural.

OBJETIVOS

- Promocionar y difundir la diversidad cultural de nuestro país.
- Colaborar constantemente en la protección, conservación y enriquecimiento del patrimonio artístico y cultural.
- Contar con espacios físicos adecuados y debidamente equipados, para que el artista maximice su expresión.
- Contar con la infraestructura y elementos necesarios que permita desarrollar la educación artística.

VALORES

Honestidad, responsabilidad, compromiso, eficacia y eficiencia.

FUNCIONES

Encargarse de los detalles Técnico Artísticos en todo tipo de espectáculo a realizarse en los escenarios de los Teatros.

Dirigir, coordinar y supervisar las actividades que desarrolla el personal del Centro Cultural.

Encargarse de que el Centro Cultural cuente con servicio de seguridad permanente tanto en las garitas como en su interior.

Administrar de manera adecuada y responsable el presupuesto con que cuenta el Centro Cultural, para desempeñar sus funciones.

Llevar un control de la programación anual de las actividades del mismo.

Asistir a los eventos que presenta el Centro Cultural para generar información y presentarla a los diferentes medios de comunicación.

Atender al público en general cuando se acerque para solicitar datos históricos o técnicos del mismo.

PROPUESTA

7.2- PROPUESTA PARA EL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS DENTRO DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL ASTURIAS

Para que tan importante departamento pueda cumplir eficientemente con sus verdaderas funciones, se propone lo siguiente:

MISIÓN:

Mantener comunicación entre institución y sociedad, haciendo necesario la buena relación con todo medio de información, para promover la cultura y dar una imagen adecuada del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

VISIÓN:

Ser un departamento vital dentro de la institución, para alcanzar sus objetivos. Así mismo, reflejar la predisposición de informar y promover la cultura, identificando a la sociedad con nuestra labor.

FUNCIONES:

- ☆ Favorecer una buena comunicación institucional interna y externa.
- ☆ Conocer la finalidad, funciones y objetivos del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.
- ☆ Crear o mantener una buena imagen de la Institución.
- ☆ Identificar los públicos externos, investigando sus necesidades para satisfacerles con información adecuada.
- ☆ Manejar y solucionar crisis comunicacionales que repercutan en forma negativa la imagen de la Institución.

VALORES:

Responsabilidad, honradez, sinceridad, ética, acuosidad científica, iniciativa, puntualidad, creatividad, discreción y excelencia.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

Es necesaria una oficina apropiada para el Departamento de Relaciones Públicas, la cuál debe de contar con todos los ambientes necesarios.

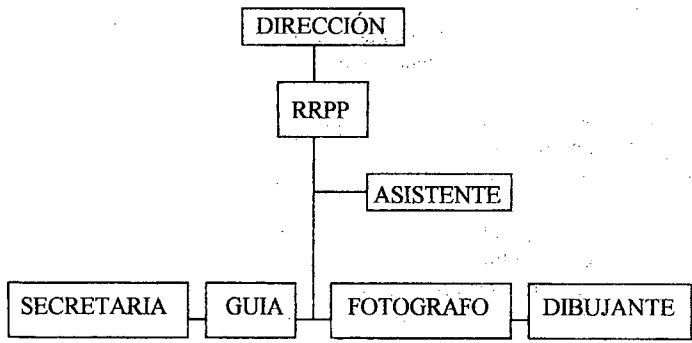
RECURSOS HUMANOS:

Para cumplir con sus objetivos satisfactoriamente, el Departamento necesita:

- ☆ Relacionista Público
- ☆ Asistente
- ☆ Secretaría
- ☆ Guía

- ☆ Fotógrafo
- ☆ Dibujante

ORGANIGRAMA:



7.2.1- DESCRIPCIÓN DEL CARGO DE RELACIONES PÚBLICAS:

DATOS GENERALES:

Titulo oficial del cargo:	Jefe de Relaciones Públicas
Especialidad:	Relaciones Públicas
Nombre funcional del cargo:	Relacionista Público(a)
Ubicación del cargo:	Departamento de Relaciones Públicas
Inmediato superior:	Director del Centro Cultural Miguel Angel Asturias
Subalternos:	Asistente, Secretaría, Guía, Fotógrafo y Dibujante
No. de cargos de RRPP:	6

NATURALEZA DEL CARGO:

Trabajo de Comunicación a realizarse en el interior y exterior del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, que consiste en influir en la opinión de las personas, con el fin de ganar aceptación y entendimiento reciproco entre la institución, empleados, usuarios y terceras personas.

ACTIVIDADES:

Basados en un programa trimestral, las siguientes actividades serán desarrolladas con forme el cronograma lo requiera:

1. Elaborar gacetillas informativas de Prensa.
2. Realizar un periódico o boletín informativo externo.
3. Coordinar actividades con los diversos departamentos del Centro Cultural y el Departamento de Relaciones Públicas del Ministerio de Cultura.
4. Elaborar tableros informativos a nivel interno.
5. Organizar conferencias a la Prensa.
6. Dar declaraciones de prensa, en ausencia del Director.
7. Ser parte de las reuniones de trabajo, entre Dirección y Jefaturas (cuando sea necesario).
8. Hacer contacto con los medios de comunicación masivos, logrando espacios gratuitos, que tengan como objetivo informar a la población sobre los servicios y beneficios que brinda el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.
9. Dirigir el protocolo de las actividades, cuando la ocasión lo amerite.
10. Apoyar en la solución de problemas internos y externos del Centro Cultural.
11. Organizar conferencias a la Prensa.
12. Dar declaraciones de prensa, en ausencia del Director.
13. Ser parte de las reuniones de trabajo, entre Dirección y Jefaturas (cuando sea necesario).
14. Hacer contacto con los medios de comunicación masivos, logrando espacios gratuitos, que tengan como objetivo informar por medio de reportajes ó entrevistas, a la población sobre los servicios y beneficios que brinda el Centro Cultural Miguel Angel Asturias.
15. Dirigir el protocolo de las actividades, cuando la ocasión lo amerite.
16. Apoyar en la solución de problemas internos y externos del Centro Cultural.
17. Mantener contacto con los diversos funcionarios, que puedan brindar apoyo en el desarrollo de programas que beneficien al usuario.
18. Elaborar trifoliales.

RELACIONES DE TRABAJO:

- Director del Centro Cultural, se recibe directrices para el desempeño de la función adjudicada.
- Compañeros (as) colaboradores (es) en la realización de diversas actividades.
- Jefes y personal de los departamentos, según la actividad a desarrollarse.
- A nivel externo, con usuarios del Centro Cultural.
- Directores y periodistas de los medios de comunicación masiva.
- Funcionarios diversos para desarrollar programas de comunicación.

7.2.2- REQUISITOS PARA EL DESARROLLO DEL PUESTO:

EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA

OPCIÓN A:

- Acreditar título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- Un año de experiencia como Relacionista Público.

PROPUESTA

OPCIÓN B:

- Pensum cerrado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- Título Universitario a nivel Técnico: Periodista Profesional.
- Un año de experiencia como Reportero (a) y Redactor (a) de un medio de comunicación escrito, visual o radial .
- Dominio de un idioma (si fuera requerido)

OTROS REQUISITOS

- Buena presentación.
- Excelentes Relaciones Humanas.
- Habilidad para escribir y redactar bien.
- Habilidad para hablar en público.
- Capacidad y experiencia para dirigir actividades.
- Contactos con los medios de comunicación masiva.
- Sentirse a gusto con personas de todas las clases sociales.
- Diplomático (a).
- Conocimientos de Etiqueta y Protocolo.

7.2.3- PRESUPUESTO:

Se solicitará apoyo a los medios de comunicación, para obtener espacios gratuitos.

PERFIL DEL ASISTENTE:

EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA

- Título Universitario a nivel Técnico: Periodista Profesional
- Un año de experiencia trabajando en algún Medio de Comunicación.
- Manejar correctamente tanto Cámara Fotográfica como Videográfica.
- Conocimiento de programas Office 2000, Internet.

OTROS REQUISITOS

- Buena Presentación
- Excelentes Relaciones Humanas
- Habilidad para escribir y redactar bien
- Capacidad para trabajar en equipo
- Creatividad
- Habilidad para solucionar problemas

FUNCIONES:

Asistir directamente al Jefe de Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, suplirlo en funciones cuando el Relacionista Público se encuentre ausente, llevar el control y agenda de las actividades a desarrollarse, cubrir todos las actividades del Departamento tomando fotografías y filmando cuando sea necesario, encargarse de la logística y el correcto desarrollo de los eventos. Revisar toda la información que se publique en los diferentes medios comunicación donde se hable del Centro Cultural y sus actividades. Monitorear las diferentes pautas cuando se esté desarrollando alguna campaña de comunicación.

PERFIL DE LA SECRETARIA

- Graduada de Secretaría
- Un año de experiencia
- Habilidades de archivo
- Buena ortografía y redacción
- Excelentes relaciones interpersonales
- Responsable y ordenada
- Buena presentación
- Manejo de programas de computación

FUNCIONES:

Cumplir con todas las actividades secretariales del Departamento, recibirá instrucciones directamente del Jefe de Relaciones Públicas colaborando con el Asistente en sus diferentes funciones. Elaborará la agenda diaria, mensual y semestral de actividades. Responsable de realizar y mantener al día un Directorio de los diferentes Medios de Comunicación, con nombre del Director, los periodistas, dirección y números telefónicos. Verificar el envío y recepción de la correspondencia. Confirmar fechas y horarios de los diferentes eventos a realizarse y en los que participarán el Jefe y Asistente del Departamento. También tendrá un listado de los diferentes Ministerios y Dependencias del Estado, con el nombre de los respectivos Ministros y Directores, dirección y números telefónicos.

PERFIL DEL GUIA

- Título a nivel Medio
- Trilingüe: Español- Ingles- Idioma Maya
- Excelentes relaciones interpersonales
- Actitud positiva
- Buena presentación
- Responsabilidad

FUNCIONES:

Es el encargado de dar a conocer a todos los visitantes, la historia, funciones y diferentes actividades del Centro Cultural Miguel Angel Asturias programando tours para estudiantes, turistas nacionales y extranjeros.

PERFIL DEL FOTOGRAFO:

- Titulo a nivel Medio
- Estudiante de Periodismo
- Relaciones interpersonales
- Responsabilidad
- Manejo de equipo fotográfico profesional

FUNCIONES:

Cubrir todas las actividades del Departamento, tomando fotografías profesionales.

PERFIL DEL DIBUJANTE:

- Titulo a nivel Medio
- Estudiante de Publicidad
- Creativo
- Manejo de programas Office 2000, FreeHand, Photoshop y Corel Drawn
- Conocimiento de Diseño Gráfico

FUNCIONES:

Diseño de material gráfico informativo, como: trifoliales, afiches, revistas, periódicos, murales, invitaciones y tarjetas de felicitación.

7.3- PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

7.3.1- COMUNICACIÓN INTERNA:

Conociendo ya la problemática del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, el primer paso es crear un ambiente agradable de trabajo dentro del propio Centro Cultural, por lo tanto debe iniciarse con la creación de una estrategia de comunicación interna, para que los empleados se identifiquen con las funciones del Centro Cultural y sientan que por medio del desempeño óptimo y honesto de sus labores, pueden contribuir a lograr la Visión, Misión y Objetivos de la Institución.

□ BOLETINES INTERNOS:

Se deben de elaborar boletines internos, como medio para dar a conocer noticias importantes del Centro Cultural o sus Departamentos, nuevos horarios, o incentivar por departamento el mejor empleado del mes, así como informar de la programación de actividades mensuales de las diferentes Salas.

□ MANUAL DE INDUCCIÓN:

Tendrá la finalidad de crearle un panorama directo al nuevo empleado de lo que es la Institución en que formará parte, así como de sus deberes, obligaciones y derechos por prestar sus servicios en ella, identificándose con la Visión, Misión y Objetivos.

□ LA CARTELERA DE AVISOS:

Herramienta necesaria para transmitir información constante por mes o semana a los empleados de los diferentes departamentos, en ella se dará a conocer a los cumpleaños del mes, a los nuevos trabajadores, y programas de capacitación, invitándoles a que participen en las diferentes actividades de la Institución.

□ UN DÍA DE PUERTAS ABIERTAS:

Consiste en celebrar una vez al año, el día de puertas abiertas, con el fin de que las familias de los empleados visiten el Centro Cultural y conozcan la manera en que se trabaja en las diferentes secciones detrás de los telones, haciendo un recorrido por los pasillos y lugares a los que normalmente solo los trabajadores utilizan, con ello, las personas que laboran en la institución, demostrarán con orgullo las áreas donde se desempeñan.

□ CAPACITACIÓN:

Hacer una planificación anual, para que todos los empleados participen en cursos y seminarios sobre Relaciones Humanas y Motivación Personal.

7.3.2- COMUNICACIÓN EXTERNA:

Luego de analizar la necesidad de crear una estrategia de comunicación para dar a conocer a todos los guatemaltecos, artistas, estudiantes y población en general, la grandeza del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, no solo por su papel importante en el desarrollo de las artes en nuestro país, sino por su reconocimiento a nivel internacional y por ser único en su genero que lo convierte en Patrimonio Nacional.

Debe manejarse una campaña de concientización integrada por tres etapas:

- En la primera etapa, se debe crear una imagen de importancia y valor nacional
- para luego informar al público de que existe un problema dentro del Centro Cultural y es el mal estado físico en que se encuentra, lo cual es sumamente lamentable.
- Después se entrará en la etapa de dar a conocer la necesidad de colaborar para mejorar esta situación. Comunicando que el Centro Cultural Miguel Angel Asturias pertenece a todos y es necesaria su ayuda para conservarlo

Programación de la propuesta:

COORDINAR CON LA APROBACIÓN DE LA DIRECCIÓN



CONTACTAR CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA REALIZAR CONFERENCIAS DE PRENSA Y PEDIR EL APOYO DE UNA CAMPAÑA MASIVA



CREAR EL CONCEPTO DE LA CAMPAÑA



IDENTIFICAR A LOS GRUPOS DE OPINIÓN PUBLICA Y PEDIR SU COLABORACIÓN PARA RESCATAR EL CENTRO CULTURAL



LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA MASIVA

PROYECTO

PROYECTO

Los públicos a los que se dirigirá la campaña serán:

El Gobierno, a través del Congreso de la República por ser una de sus dependencias, ellos deben de conocer la importancia del Centro Cultural Miguel Angel Asturias y proponer en forma clara la manera en que podrán ayudar a solucionar el problema, ya que uno de los compromisos del Estado es velar por el respeto y generación cultural del país.

Los artistas, ya que esta es su casa, creada para que ellos puedan manifestarse plenamente y los más perjudicados serán ellos si llegara a cerrarse. No se puede hacer nada sin ellos, por lo que se pedirá su colaboración, escuchando sus sugerencias y posibles soluciones.

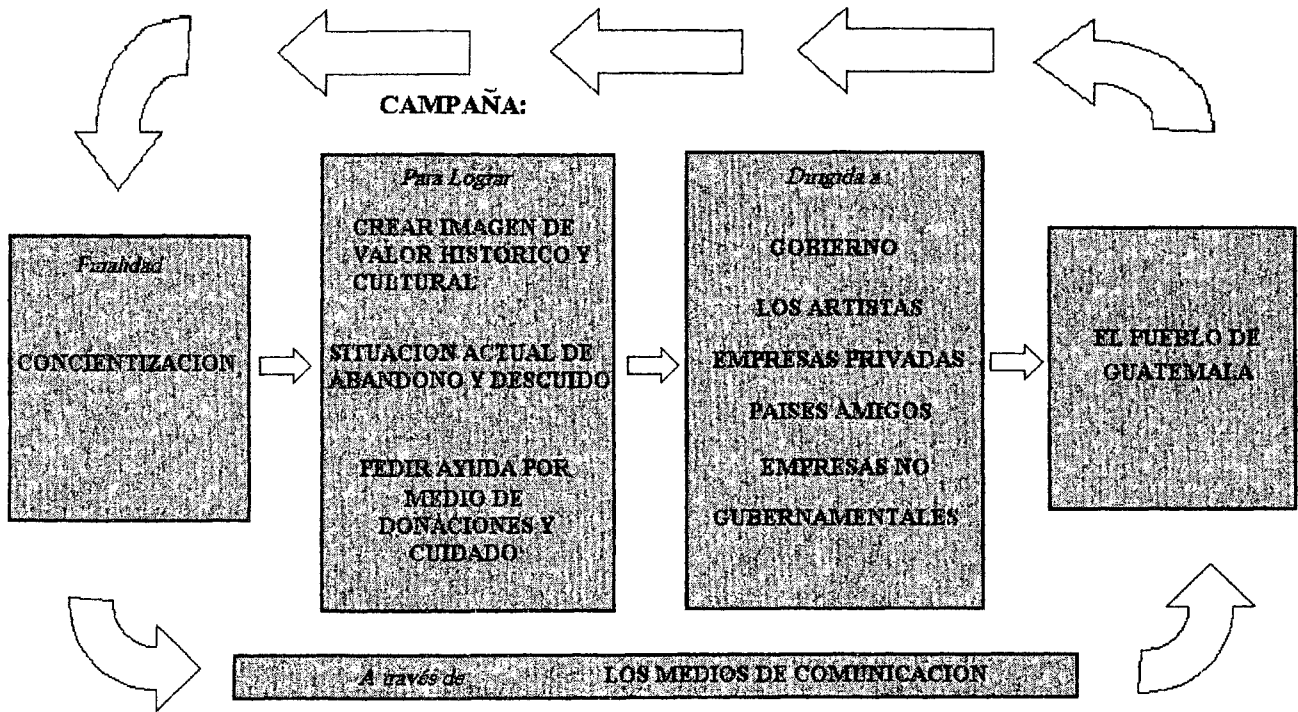
El siguiente grupo se conformará por las empresas privadas, principalmente a las que con el transcurrir de los años han demostrado su inclinación por favorecer y exaltar el arte en Guatemala, a ellos se les dará a conocer la terrible situación en que se encuentra el Centro Cultural y se les solicitará colaboración por medio de donación de equipo que sustituirá al que se encuentra declarado inservible. Con este sector se puede organizar el montaje de exposiciones entre otras actividades, para recaudar fondos. Se realizarán reconocimientos públicos a través de los diferentes Medios de Comunicación que colaboren con la realización de la Campaña.

Las Instituciones No Gubernamentales de Ayuda Internacional y el Cuerpo Diplomático, serán visitados para exponer la situación del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, la importancia que representa para todos los guatemaltecos, el contar con un Teatro Nacional y la gran pérdida que representaría su cierre para un país con tantas limitaciones como el nuestro, donde el desarrollo de las artes es necesario para crear una sociedad sana y productiva. Trabajando con este grupo, principalmente con los agregados culturales de las embajadas, se pueden traer espectáculos artísticos internacionales de calidad y al mismo tiempo se generarán fondos.

Promover la organización de un Patronato, Semi-Privado y Diplomático, que colabore con el mantenimiento del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

Y por último todos los guatemaltecos, jóvenes, adultos, estudiantes y profesionales deben de conocer sus valores nacionales y reconocer al "Centro Cultural Miguel Angel Asturias" como un importante Centro Generador de Arte y Cultura y que un país que busca la Paz debe de reconocer su Pluriculturalidad sintiéndose orgulloso de él" (Lic. Roberto Cabrera). Ahora es cuando se necesita su ayuda y demostrar que unidos logramos grandes Empresas.

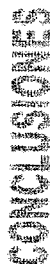
Para lograr esta campaña es necesario contar con la colaboración de los diferentes Medios de Comunicación Masiva para hacer llegar el mensaje. Se les pedirá que patrocinen los mensajes, ya que el presupuesto es nulo.



PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

CONCLUSIONES:

- ⊗ El Centro Cultural Miguel Angel Asturias, no ocupa espacios importantes en los Medios de Comunicación, para dar a conocer las actividades que se desarrollan en él.
- ⊗ Los públicos desean encontrar información sobre el Centro Cultural Miguel Angel Asturias y sus diferentes actividades, en la mayor cantidad de Medios de Comunicación posible.
- ⊗ La actual oficina de Relaciones Públicas no cumple con su papel, por el hecho de ejercer otras funciones que absorben su tiempo.
- ⊗ La situación actual del Centro Cultural Miguel Angel Asturias es caótica por el daño en sus instalaciones, provocada por la falta de mantenimiento debido a que no existe un Presupuesto específico para ello, lo cual genera una mala imagen y que el usuario (artistas y público) reciba un mal servicio.
- ⊗ Es necesario desarrollar una campaña con adecuadas estrategias de comunicación interna y externa para concientizar, crear imagen y pedir apoyo para salvar al Centro Cultural de su situación actual.



RECOMENDACIONES:

- ① Poner en práctica la Propuesta que se plantea en la presente tesis.
- ② Que la administración tome en cuenta la propuesta de Misión, Visión, Objetivos, Valores y funciones.
- ③ El departamento de Relaciones Públicas no debe ocuparse de otras actividades, que obstaculicen el cumplir con sus funciones, las cuales son de gran beneficio para toda institución.
- ④ Trabajar de inmediato la estrategia propuesta de Comunicación/Relaciones Públicas, para solventar la crisis actual del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.
- ⑤ Enviar este proyecto a instituciones y personas claves que puedan apoyar en el proyecto de restablecimiento del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 01- **Albizúres Palma**, Francisco. 1984. *Manual de Comunicación Lingüística*. Guatemala: Editorial Universitaria.
- 02- **Anleu Marroquín**, Luis Alfonso. 1993. *Aplicación de Relaciones Públicas Internas en la Empresa Privada Guatemalteca*: Tesis Licenciado en Administración de Empresas. Guatemala: Universidad Francisco Marroquín.
- 03- **Antona Illanes**, Alejandro. 1991. *Las Relaciones Públicas Técnica de Comunicación*. Sevilla: Ediciones ALFAR.
- 04- **Aris de Castilla**, Alfonso. 1983. *Diccionario de Arte*. Guatemala: Editorial "José de Pineda Ibarra".
- 05- **Artes Plásticas 1**, 1997. *Libro Educativo*. Guatemala: Editora Educativa
- 06- **Barquero Cabrero**, José Daniel. 1994. *Manual de Relaciones Públicas*. Madrid: Ediciones Gestión 2000
- 07- **Berlo**, David K. 1992. *El Proceso de la Comunicación*. México: Editorial el Ateneo.
- 08- **Bonilla Gutiérrez**, Carlos. 1988. *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*. México: Editorial Trillas.
- 09- **Black**, Sam. 1996. *A B C de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- 10- **Canilli**, Claudia. 1995. *Curso de Relaciones Públicas*. Barcelona: De Vecchi.
- 11- **Castellanos**, Sagrario, **Toledo**, Aida. 1997. *Comunicándonos 1*. Guatemala: Editorial Norma.
- 12- **Cirigliano**, Gustavo. 1979. *Manual de Relaciones Públicas*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- 13- **Diccionario**. 1981. *Pequeño Larousse Ilustrado*. México: Ediciones Larousse
- 14- **Escobar**, Graciela. 1998. *Implementación del Cargo de Relaciones Públicas en la Oficina Nacional de Servicio Civil*. Guatemala: ONSEC.
- 15- **Friesleben Goff**, Christine. 1995. *El Proceso de las Relaciones Públicas*. México: Publigráfico.

- 16- **Friederich, Karl.** 1995. *El modelo de Relaciones Públicas de cuatro fases*. En: Friesleben Goff, Christine et. al. *El Proceso de las Relaciones Públicas*. México: Publigráfico.
- 17- **Galindo, César.** 1995. *Estudios Sociales 1er Curso*. México: Editorial Santillana.
- 18- **Gil Tovar, Francisco.** 1978. *Iniciación a la Comunicación Social (Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad)*, 2a. ed. Colombia: Ediciones Paulinas.
- 19- **Guatemala.** Constitución. *Constitución Política de la República de Guatemala*. 1985. Decretada por la Asamblea Constituyente. Guatemala: Tipografía Nacional.
- 20- **Guatemala** Leyes, Decretos, Códigos, etc. *Reglamento General del Centro Cultural de Guatemala*. 1979. Guatemala: Tipografía Nacional.
- 21- **Historia General de Guatemala**, 1997. Guatemala: *Asociación de Amigos del País*. Tomo vi.
- 22- **Idioma Español 3**, 1998. *Libro Educativo*. Guatemala: Editora Educativa
- 23- **Lambin, Jean-Jacques.** 1996. *Marketing Estratégico*. España: McGraw-Hill.
- 24- **López Morataya, William.** 2,000. Texto Didáctico: *Planificación Publicitaria y su Relación con la Mercadotecnia*. Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- 25- **Lozano, Fernando.** 1994. *Fundamento de las Relaciones Públicas En: Barquero, José et. al. Manual de Relaciones Públicas Empresariales*. Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- 26- **Lloyd, Herber y Peter.** 1993. *Aprende tú solo Relaciones Públicas*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- 27- **Marston, John.** 1981. *Relaciones Públicas Modernas*. México: Mc Graw-Hill.
- 28- **Matute Iriarte, Luis Armando Pavel.** 1999. *El Proceso de la Comunicación externa que desarrolla la Corte Suprema de Justicia y el Organismo Judicial (Análisis y Propuesta)*: Tesis Licenciado En Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- 29- **Matrat, Lucien.** 1970. *Relations Publiques et Management*. Texto de la conferencia pronunciada en el Instituto de Sociología en la Universidad de Bruselas. CERP.
- 30- **Mejía, José Vicente, Oliva, Marco Antonio.** 1990. Tesis: *Las Relaciones Públicas en el Municipio de Mixco*: Tesis Licenciados en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades.
- 31- **Mérida González, Aracelly Krisanda.** 1998. *Guía para elaborar y presentar el Proyecto de tesis*. Guatemala: 3a. ed. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.

- 32- **Monclús, Joan Elías.** 1990. *Modelos sobre Relaciones Públicas antes de Mega-Marketing.* España: Ediciones Vicens-Vives.
- 33- **Ordóñez Estrada, José Alfonso.** 1984. *Las Relaciones Públicas como medio de incrementar la eficiencia y la productividad en la empresa:* Tesis Licenciado en Administración de Empresas. Guatemala. Universidad Mariano Gálvez.
- 34- **Pedroni, Ana María.** 1996. *Semiología un acercamiento didáctico.* Guatemala: Colectivo de Comunicación y Cultura.
- 35- **Pellecer Barraza, Lucy.** 1998. *Propuesta del Perfil Profesional del Comunicador Organizacional Externo para el Sector Público:* Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- 36- **Raymond, Simon.** 1986. *Relaciones Públicas Teoría y Práctica.* México: Editorial Limusa.
- 37- **Reck, Emerson.** 1947. *Public Relations.* New York: Harper & BROS.
- 38- **Rivadineira Prada, Raúl.** 1992. *La Opinión Pública Análisis, Estructura y Métodos para su Estudio.* México: Trillas.
- 39- **Tomás, Carlos.** 1994. *Ética, Credibilidad y Relaciones Públicas En: Barquero, José et al. Manual de Relaciones Públicas Empresariales.* Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- 40- **Winner, P.** 1989. *P R management (traducción del inglés).* Milán: Editorial El Rostro.

ANEXOS

ENTREVISTA:

AL LICENCIADO ROBERTO CABRERA
DIRECTOR DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL ANGEL
ASTURIAS

- 1- *¿Cuáles son las funciones principales del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?*
- 2- *¿En qué condiciones encontró el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, al iniciar su gestión como Director de la Entidad?*
- 3- *¿Qué proyectos se encuentran dentro de su Plan de Trabajo?*
- 4- *¿Cuenta con apoyo financiero para el mantenimiento del Centro Cultural?*
- 5- *¿Qué opina de las Relaciones Públicas?*
- 6- *Dentro de su Plan de Trabajo se ha trazado varios objetivos, que benefician al Centro Cultural Miguel Angel Asturias ¿Qué apoyo espera de las Relaciones Públicas para alcanzarlos?*
- 7- *A su criterio, ¿Cuál es la imagen que los guatemaltecos deben de tener del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?*
- 8- *¿Qué cobertura informativa se ha transmitido del Centro Cultural, a través de los medios de comunicación?*

ENTREVISTA:

AL INGENIERO EFRAIN RECINOS
ASESOR DE MANTENIMIENTO DEL CENTRO CULTURAL MIGUEL
ANGEL ASTURIAS

1- *¿Cuál es la razón de ser del Centro Cultural?*

Ahí estamos mal el gobierno lo que debería haber hecho era llevar la cultura a todas partes del país y no centralizarla. En mi opinión ahora no es un Centro Cultural sino una sala de espectáculos grande. Le falta escuelas de teatro, danza, cine, televisión, museos de artesanías y artes, una biblioteca para ser un verdadero Centro Cultural.

2- *¿Se cuenta con los espacios?*

Se cuenta con ellos y hay anteproyectos para hacerlos, pero no hay dinero.

3- *¿Qué importancia tiene para usted el Centro Cultural?*

La debería tener en estimular el intercambio cultural entre los guatemaltecos o hacer arte y promoverla ya sea la nacional o la internacional. Yo creo que el arte es la manifestación más libre que puede hacer el ser humano, desde la literatura hasta la arquitectura. Estos locales son más que nada actualmente para espectáculos tipo música, danza y teatro y esa es la importancia que tiene en este momento, cuando tenga sus escuelas, museos y biblioteca ya estará involucrando las demás artes.

4- *¿Cuál es la problemática del Centro Cultural?*

La misma de siempre después de 22 años de haber construido algo es importante su mantenimiento y si no se le da se deteriora y si sigue sin darle mantenimiento ya no se podrá usar. El ejemplo claro es el Conservatorio de Música que en los años 50 era la sala más importante de Guatemala, pero no le dieron mantenimiento y en los '80 ya no funcionaba hasta que en los años 92 a 95 con la ayuda del Club Rotario, iniciativa privada, fue como se logro hacer una sala utilizable. Así que el problema es: NO hay mantenimiento.

5- *¿Cuál es la solución?*

Un presupuesto razonable que lo den en tres años.

6- *¿Es necesario cerrarlo?*

No es necesario, al decir cerrarlo quiere decir que uno es chambón. Es cuestión de eficiencia.

7- *¿Cuánto se necesita?*

Un máximo de 30 millones y un mínimo de 20 millones de quetzales.

ENTREVISTA:

AL LICENCIADO MARIO GONZÁLES
RELACIONISTA PÚBLICO DEL MINISTERIO DE CULTURA Y
DEPORTES

- 1- *¿Qué es el Ministerio de Cultura?*
- 2- *¿Cuál es la relación entre el Ministerio y el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?*
- 3- *¿Cuáles deben de ser las funciones del Centro Cultural?*
- 4- *¿De que forma lo pueden disfrutar otros?*
- 5- *¿Cuál es la imagen que tiene del Centro Cultural?*
- 6- *¿Cómo puede ayudar el Ministerio?*
- 7- *¿Qué opina de una fundación o asociación?*
- 8- *¿Cuál es la imagen que debería tener toda Guatemala de este Centro Cultural?*

El Departamento Administrativo:

Entrevista personal al Ingeniero Renato Morales, Jefe del Departamento Administrativo

¿Cuáles son las actividades del Departamento que usted dirige?

Es el encargado de controlar que los empleados respeten las reglas impuestas por el Centro Cultural, a las que se sujetan desde el momento de la contratación.

Sus actividades son las siguientes:

- Dirigir, coordinar y supervisar las actividades que desarrolla el personal de la unidad de administración a su cargo.
- Velar por el estricto cumplimiento de las normas establecidas.
- Delegar atribuciones y responsabilidades al personal subalterno conforme a las actividades del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.
- Efectuar estudios sobre normas y procedimientos de tendencia a mejorar los sistemas de administración de personal en el sector público y proponer recomendaciones necesarias.

¿Cuáles son los problemas existentes en su departamento?

Según el Ingeniero Renato Morales -Administrador- cuando se retiró el último jefe de mantenimiento tuvo que asumir más responsabilidades, debido al tamaño del Centro Cultural este trabajo es muy amplio. Se hizo necesario asistir constantemente al Departamento de Seguridad, y los técnicos del Departamento Técnico artístico acuden a él para darle a conocer los problemas por falta de equipo o mantenimiento y buscar una pronta solución.

El mayor problema en este Departamento como en los demás departamentos, es la falta de personal, regularmente ha estado formado por tres personas y en la actualidad se cuenta con dos personas: Una secretaria y un Jefe Administrativo, lo que a diario implica atrasos en el trabajo que se realiza. (Ingeniero Renato Morales, informe dado en los primeros días de junio: 2000)

El Departamento Técnico Artístico:

Entrevista personal a don Julio Batz, Jefe del Departamento Técnico Artístico,

¿Cuáles son las actividades del Departamento que usted dirige?

Explicó que como su nombre lo indica, se encarga de los detalles Técnicos Artísticos en todo tipo de espectáculo a realizar; es decir, todo lo relacionado al escenario. El Departamento se encuentra compuesto por las siguientes secciones: Sección Tramoya, Sección Sonido y Sección Iluminación (observar explicación de los siguientes párrafos).

¿Cuáles son los principales problemas en el Departamento?

Para fines de la presente Tesis el señor Julio Batz hizo un reporte de los problemas que afronta el departamento

DIMMER DE LA GRAN SALA: No funciona el 60% del sistema, se necesita comprar dos tarjetas para que el sistema funcione al 100%.

DIMMER DEL TEATRO DE CAMARA:
De 54 canales solo funcionan 40, el puente de iluminación no es el adecuado.

CABLEADO:
Todo el cableado en general está en mal estado.

CONSOLA:
La consola de la Gran Sala, se encuentra en mal estado, los faders están deteriorados. En términos generales la infraestructura de soporte de funcionamiento está totalmente deteriorado, por lo que es imprescindible tomar medidas

SECCIÓN TRAMOYA:
Actividades: Se encarga de manejar los telones y cortinajes en cada presentación artística.

Problemas: Los cortinajes y telones se encuentran podridos, los pisos de los escenarios están demasiado delgados debido al desgaste sufrido durante veintidós años de funcionamiento del Teatro y dos veces ha sido pulido. Los tiros de la parrilla están delgados y débiles, el foso de orquesta y montacargas no han tenido mantenimiento, se les ha estimado una vida útil de cinco años y ya llevan veintidós años de uso. El Linolium para piso de ballet es inservible.

SECCIÓN SONIDO:
Actividades: Su función es hacer llegar el sonido al público en las salas de los teatros.

Problemas: El equipo de sonido es obsoleto y se encuentra en la Gran Sala y Teatro de Cámara, son parte de una donación que hizo el gobierno de Japón, y lo dieron exclusivamente para ser utilizado en el Teatro al Aire Libre, pues es un equipo apto para Estadios. Este equipo funciona, pero es deficiente, ya que en la Gran Sala sólo hay dos bocinas fabricadas en Guatemala.

La consola principal tiene los Master quemados, esta consola esta prestada a la Gran Sala, pero si se devuelven todos los amplificadores o todos los equipos a donde corresponden, (Teatro al Aire Libre) el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, se quedaría sin sonido.

SECCIÓN ILUMINACIÓN:
Actividades: Llevar el control de los paneles de iluminación en el escenario, dependiendo el tipo de evento a realizar.

Problemas: La consola Marca RDS de luces de la Gran Sala, ha dado problemas en los últimos eventos que se han realizado pues al momento de encenderla se queda bloqueada, por lo cual hay que apagarla y encenderla para lograr accionarla en

ocasiones de resetear la memoria, lo cual provoca desprogramarla totalmente y esto atrasa los eventos.

“Es necesario que se repare lo antes posible, ya que cada vez que se utiliza cuesta más encenderla y se arriesga con quemar la fuente principal, lo cual nos dejaría sin iluminación. Dicha fuente ya está discontinuada al igual que la consola, no hay existencia de filtros en colores variados y la existencia de bombillos es caótica en todos sus tipos. (Julio Batz jefe del Departamento, Junio:2000)

DIMMER DE LA GRAN SALA: No funciona el 60% del sistema, se necesita comprar dos tarjetas para que el sistema funcione al 100%.

DIMMER DEL TEATRO DE CAMARA:

De 54 canales solo funcionan 40, el puente de iluminación no es el adecuado.

CABLEADO:

Todo el cableado en general está en mal estado.

CONSOLA:

La consola de la Gran Sala, se encuentra en mal estado, los faders están deteriorados. En términos generales la infraestructura de soporte de funcionamiento está totalmente deteriorado, por lo que es imprescindible tomar medidas

SECCIÓN TRAMOYA:

Actividades: Se encarga de manejar los telones y cortinajes en cada presentación artística.

Problemas: Los cortinajes y telones se encuentran podridos, los pisos de los escenarios están demasiado delgados debido al desgaste sufrido durante veintidós años de funcionamiento del Teatro y dos veces ha sido pulido. Los tiros de la parrilla están delgados y débiles, el foso de orquesta y montacargas no han tenido mantenimiento, se les ha estimado una vida útil de cinco años y ya llevan veintidós años de uso. El Linolium para piso de ballet es inservible.

SECCIÓN SONIDO:

Actividades: Su función es hacer llegar el sonido al público en las salas de los teatros.

Problemas: El equipo de sonido es obsoleto y se encuentra en la Gran Sala y Teatro de Cámara, son parte de una donación que hizo el gobierno de Japón, y lo dieron exclusivamente para ser utilizado en el Teatro al Aire Libre, pues es un equipo apto para Estadios. Este equipo funciona, pero es deficiente, ya que en la Gran Sala sólo hay dos bocinas fabricadas en Guatemala.

La consola principal tiene los Master quemados, esta consola esta prestada a la Gran Sala, pero sí se devuelven todos los amplificadores o todos los equipos a donde corresponden, (Teatro al Aire Libre) el Centro Cultural Miguel Angel Asturias, se quedaría sin sonido.

SECCIÓN ILUMINACIÓN:

Actividades: Llevar el control de los paneles de iluminación en el escenario, dependiendo el tipo de evento a realizar.

Problemas: La consola Marca RDS de luces de la Gran Sala, ha dado problemas en los últimos eventos que se han realizado pues al momento de encenderla se queda bloqueada, por lo cual hay que apagarla y encenderla para lograr accionarla en ocasiones de resetear la memoria, lo cual provoca desprogramarla totalmente y esto atrasa los eventos.

"Es necesario que se repare lo antes posible, ya que cada vez que se utiliza cuesta más encenderla y se arriesga con quemar la fuente principal, lo cual nos dejaría sin iluminación. Dicha fuente ya está discontinuada al igual que la consola, no hay existencia de filtros en colores variados y la existencia de bombillos es caótica en todos sus tipos. (Julio Batz jefe del Departamento, Junio:2000)

El Departamento de Contabilidad:

Entrevista personal a Julio Roberto Castro, Jefe del Departamento.

¿Cuáles son las principales actividades que se realizan en el Departamento?

Se encarga de coordinar la parte administrativa y contable, es donde se realizan los trámites necesarios para efectuar los pagos de servicios y de materiales que se compran para la utilización de mantenimiento. Lo conforman once personas que integran las áreas de inventario, almacén y bodega.

¿Qué problemas hay en el Departamento?

Puedo mencionarle que el problema es el Presupuesto:

El artículo del decreto 47-99 "Ley del Presupuesto de Ingresos y Egresos del Ejercicio Fiscal 2000" ordena que en ningún caso podrán transferirse las partidas asignadas al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, este artículo indica que el Centro Cultural cuenta con asignación de presupuesto propio.

A la fecha de la entrevista Castro indicó que lamentablemente en la realidad no es así, pues ninguna de las instancias jerárquicas superiores le ha asignado específicamente el presupuesto de funcionamiento al Centro Cultural. La Dirección Técnica del Presupuesto entregó una programación de gastos para la actividad 04 "Difusión del Arte y la Cultura" en la cual se encuentran (04) cuatro unidades, Teatro de Bellas Artes, Radio Faro Cultural, Editorial Cultura y el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias; el problema que representa esta subdivisión consiste en que las cuatro unidades se deben reunir para "repartirse" entre los mismos fondos asignados. Sin la intervención de la superioridad quien debe signar dichos recursos, resulta incorrecto el procedimiento actual, porque cuando se ejecuta en repetidas ocasiones se dejan sin fondos algunos códigos programáticos para la ejecución de otras unidades.

-Se dice que hay una inversión de SEIS MILLONES DE QUETZALES, ¿Puede ampliarnos esto?

El Ingeniero Julio Roberto Oliva, ex Director de esta entidad, me expresó en su oportunidad que él realizó investigaciones a nivel Ministerial en la que encontró un programa de inversión social de la Secretaría respectiva de la Presidencia de la República, en donde habían fondos asignados al Centro Cultural por la cantidad de seis

millones para cubrir en parte los problemas de reestructuración de la infraestructura física del Teatro Nacional, por lo que se debe investigar en qué secretaría y que programa de inversión específico se encuentra dicha cantidad, para solicitar su devolución o su ejecución a favor del Teatro.

¿Qué son los Fondos Propios?

Los fondos propios son captados a través de las actividades del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, se depositan en un Banco privado, a la fecha de su percepción; al final de cada mes se depositan a la cuenta "Fondos Privativos" y Tesorería Nacional, los cuales son programados hasta el año próximo.

Por la dificultades que ha causado la rebaja presupuestaria en el presente Ejercicio Fiscal al Centro Cultural; se cuenta con una solución a dicho problema, el cual consiste en que al liberar el manejo de fondos privativos o propios, el Centro Cultural puede cumplir con sus metas, pero se necesita la degoratoria del Acuerdo Gubernativo de fecha cinco de noviembre de 1979. La ejecución de dichos fondos requiere de la responsabilidad de las autoridades del Centro Cultural y de la estricta fiscalización de la Auditoria Interna. (Julio Roberto Castro, jefe del Departamento de Contabilidad).

El Departamento de Seguridad:

Entrevista personal a Julio Navas jefe del Departamento de Seguridad.

¿Cuáles son las actividades del Departamento de Seguridad?

Se encarga de que tanto como el trabajador, artista y público que se encuentre dentro de las instalaciones del Centro Cultural Miguel Angel Asturias, tenga protección y seguridad, para ello cuenta con elementos en las garitas y en los interiores del edificio.

¿Qué problemas hay en el Departamento?

La falta de recurso humano, ya que actualmente no se cuentan con los elementos necesarios de seguridad, en ejercicio solamente se puede contar con veinte personas para toda el área que comprende el Centro Cultural. Además el sistema de detección contra incendios, no funciona actualmente, es primordial que este equipo este funcionando para prevenir cualquier siniestro.

El Departamento de Mantenimiento:

Como lo manifestó anteriormente el Ingeniero Renato Morales -Administrador- no hay nadie a cargo de este departamento, por lo que el nos respondió a las siguientes preguntas.

¿Cuáles son las actividades del departamento?

Como su nombre lo indica es el departamento encargado de darle mantenimiento a cualquier problema de desgaste físico que pueda sufrir tan monumental edificio y garantizar de esta manera su normal funcionamiento.

¿Cuáles son los problemas que afronta este Departamento?

Morales indicó que para exponer este tema nadie mejor que el Ingeniero Efraín Recinos encargado de la construcción y actual Asesor de Mantenimiento, "su colaboración es muy valiosa para nosotros", él ha entregado un reporte donde se mencionan los problemas físicos del edificio, dicho reporte se expone a continuación:

DETERIORO OBRA FÍSICA:

Se evidencia en el interior, por tapices y alfombras gastadas o destruidas, vidrios rotos, puertas maltratadas y sin chapas, recubrimientos desprendidos, pisos incompletos y cielos faltantes.

En el exterior por recubrimientos de mosaico desprendidos, contaminación ambiental en los muros y luminarias destruidas. Hace falta además impermeabilización de juntas y techos, reparación de tuberías de agua y accesorios instalación de cableado y accesorios eléctricos que llegaron al final de su vida útil. También el bombeo general de agua potable.

INSTALACIONES ESPECIALES:

La planta de emergencia funciona a menos del 50% de su capacidad y cada día se deteriora más. Su uso es indispensable para el desarrollo de los espectáculos del Centro Cultural Miguel Angel Asturias.

Falta además, mantenimiento del sistema de aire acondicionado de la Sub-estación eléctrica y del sistema de protección contra fuego, todos indispensables para la seguridad y comodidad del público, artistas y trabajadores. (Efraín Recinos Asesor de Mantenimiento).

El Departamento de Relaciones Públicas:

Entrevista personal a Ileana Mérida, jefe del Departamento.

¿Cuáles son las actividades que desarrolla el Departamento?

El Departamento de Relaciones Públicas fue reabierto el 02 de marzo del presente año, es atendido por Ileana Mérida, Jefe del Departamento y Leslie Pérez Secretaria.

Ileana Mérida, informó que el Departamento se encarga de todo lo concerniente a las Relaciones Públicas; su mayor objetivo es devolverle al Centro Cultural la imagen de patrimonio Histórico Cultural, desarrollando para ello las siguientes actividades:

- Coordinar conjuntamente con el guía los tours solicitados por los establecimientos escolares.
- Atender al público usuario de los espacios a arrendar en las diferentes áreas del Centro Cultural, es decir, llevar el control de la programación anual de las actividades del mismo.
- Organizar y planificar actividades dentro del Centro Cultural, informar a los medios de comunicación y al Ministerio de Cultura y Deportes sobre las actividades llevadas a cabo dentro del mismo.
- Asistir a eventos que presenta el Centro Cultural para ejecutar la información y hacerla llegar a los periodistas.
- Atender al público en general en cuanto a facilitarles datos históricos o técnicos sobre el Centro Cultural, cuando así lo requieran.

¿Cuáles son los principales problemas que encuentra para el desarrollo de sus actividades?

Según Mérida, cuando se asumió la responsabilidad de llevar el control del arrendamiento de los espacios, se encontró con algunos problemas, entre los más importantes están el traslape de actividades entre las Temporadas Escolares y en cuanto a otorgar espacios a eventos importantes como los compromisos sociales con distintas entidades Nacionales e Internacionales. (ejemplo: embajadas, eventos de la Presidencia o de los Ministerios).

Las Temporadas Escolares son espacios (semanas) que se le otorgan a determinada Empresa en las convocatorias anuales y lo cual ha perjudicado en cuanto a otorgar espacios a eventos importantes como lo son los compromisos sociales antes mencionados.

“También se ha tenido problema en cuanto a la autorización de los eventos; es decir estos son autorizados sin la previa consulta al Director General del Centro Cultural, este problema radica cuando un evento es autorizado y únicamente nos ordenan otorgar el espacio en la fecha solicitada, y al constatar dicha fecha en la programación, encontramos que no hay disponibilidad. ¿Qué podemos hacer? recurrimos a hablar con la persona a quien se le había confirmado con anterioridad la presentación de su evento para poder llegar a un arreglo. El usuario se molesta y con justa razón, son estos problemas los que se necesita eliminar respetando el trabajo y las diferentes actividades de los trabajadores”. (Mérida, junio:2000)

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LA PRESENTE ENCUESTA RECARABA INFORMACIÓN IMPORTANTE PARA LA
ELABORACIÓN DE UNA TESIS, GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

EDAD _____ PROFESIÓN _____ SEXO F__ M__

1-¿Es la primera vez que visita el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?
SI _____ NO _____

2- ¿Con que frecuencia viene al Centro Cultural Miguel Angel Asturias?
POCA _____ REGULAR _____ FRECUENTE _____

3-¿A través de que Medio de Comunicación se entera de las actividades que se llevan a cabo en el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?
PRENSA _____ RADIO _____ TELEVISIÓN _____
AFICHES _____ REVISTAS _____ OTROS _____

4- ¿Cómo identifica este lugar?
Teatro Nacional _____ Centro Cultural Miguel Angel Asturias _____

5- ¿Se ha enterado de algún hecho noticioso del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?
SI _____ NO _____

Explique:

6- ¿Conoce las actividades culturales que se desarrollan en este Centro?
SI _____ NO _____

Cuáles:

7- ¿Considera al Centro Cultural Miguel Angel Asturias como Patrimonio Cultural?
SI _____ NO _____

8- Cree necesario dar a conocer a nivel Nacional ¿Qué es el Centro Cultural Miguel Angel Asturias?
SI _____ NO _____

9- ¿En que Medio de Comunicación le gustaría encontrar información de las actividades y datos importantes del Centro Cultural Miguel Angel Asturias?
RADIO _____ TELEVISIÓN _____ PRENSA _____
REVISTAS _____ AFICHES _____ OTROS _____

10- Un Centro Cultural debe producir y difundir las muestras de arte nacional en todas sus manifestaciones, apoyando y promoviendo la conservación de nuestro valores culturales.
¿Cree que el Centro Cultural Miguel Angel Asturias cumple con esta función?

SI _____ NO _____

11- ¿Qué es lo que más le gusta de este Centro Cultural?
El diseño arquitectónico _____ Las Instalaciones _____ Su ubicación _____

12- ¿Qué opinión le merece las condiciones actuales de las instalaciones?
Buenas _____ Malas _____