

PLAN DE ACCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA DIRECCIÓN MUNICIPAL DE CULTURA EN AMANCIO

Autora: Rafaela Justina Maso Sierra

Ministerio de Educación Superior

Sede Universitaria Municipal “Haydée Santamaría Cuadrado”

Amancio. Las Tunas

Resumen

El presente trabajo expone algunas consideraciones y puntos de vistas acerca del proceso de la comunicación en la política cultural de nuestro país, en particular en el municipio de Amancio. En tal sentido, se hace evidente la necesidad de las relaciones publicas en al programación cultural como factor clave en la relación entre la Dirección Municipal de Cultura y los públicos, aspecto en el cual es necesario retomar la tesis de que este sistema (La programación) es consustancial al hecho comunicativo para lograr el cumplimiento de objetivos y metas encaminadas al logro de la participación activa y consciente de la población en las diferentes actividades. Para ello es imprescindible el protagonismo de los organismos y organizaciones de masa del municipio en el diseño de las actividades culturales como elementos reguladores en el acto de promover acciones que faciliten el pleno disfrute de pueblo.

INDICE

I.	Introducción.....	1
	Capítulo 1: Fundamentos teóricos sobre Relaciones Públicas. Análisis preliminar.....	10
	1.1- Consideraciones teóricas sobre Relaciones Públicas. Plan de acciones.....	10
	1.2- Fundamentos conceptuales sobre regulación externa.....	17
	1.3- Programación cultural. Referentes.....	28
	Capítulo II: Caracterización de la programación cultural del municipio de Amancio.....	38
	2.1 – Evolución histórica d la programación cultural del municipio de Amancio. Caracterización.....	39
	2.2 – Diagnóstico de la comunicación.....	45
	2.3- Análisis de los resultados de métodos y técnicas empleados.....	52
	Capítulo III: Plan de acciones de Relaciones Públicas.....	55
	3.1 – Elaboración del plan de acciones de Relaciones Públicas.....	58
IV.	Conclusiones.....	62
V.	Recomendaciones.....	63
VI.	Bibliografía.....	64
VII.	Anexos.....	67

I. INTRODUCCIÓN

La historia de la civilización y de la cultura es, en este sentido, el proceso milenario en el cual la sociedad, en su doble efecto de producción-comunicación, penetró paso a paso en el conocimiento de la realidad circundante, se estructuró y organizó en distintos sistemas sociales, y desarrolló valores que sirvieron de fundamento para legitimar formas también diversas de regulación de la comunidad y del individuo.

La obra cultural realizada en Cuba desde 1959 hasta hoy es una de las más altas expresiones del sentido humanista y democrático de la Revolución Cubana. La fundación, tras la Campaña de Alfabetización, de todo un sistema editorial que ha promovido el libro y la literatura a una escala de masas; de un sistema de enseñanza artística único en el mundo, de altísimo rigor, y con una amplia base, que se extiende a todos los municipios del país con un decisivo papel en la defensa de la identidad local, en la formación de un público para las distintas manifestaciones del arte y el enriquecimiento de la vida espiritual de la población; de instituciones encargadas de la promoción de las distintas manifestaciones del arte, son solo algunos aspectos de esa obra, que enriquece hoy la vida de nuestro pueblo y es reconocida internacionalmente.

Como parte de la Batalla de Ideas, la cultura está recibiendo un impulso decisivo y se encuentra en medio de un proceso de crecimiento. Es por ello, que en estos momentos son prioridades de las Direcciones Municipales de Cultura, entre otras, las siguientes:

- La creación y promoción del arte y la literatura y la participación de los creadores en la vida de las instituciones.
- El diseño y ejecución de una programación cultural variada y de calidad, en estrecha relación entre instituciones nacionales, provinciales y municipales, con el objetivo de satisfacer las crecientes demandas de la población.

- La labor de las Instituciones culturales en la comunidad con la participación de las diferentes fuerzas sociales que apoyan el trabajo cultural comunitario.
- Las relaciones con los medios de comunicación, como una de las vías fundamentales de información a la población y de formación de gustos.

A pesar de las carencias de recursos, las Instituciones de base continúan siendo un pilar esencial en la política cultural, las cuales brindan servicios al público de forma sistemática y procuran, a través de su programación, enriquecer la vida espiritual de la población y garantizan que se preserve y reconozca el talento, donde quiera que se encuentre.

A partir de 1989 se realizan transformaciones sustanciales en el Ministerio de Cultura, como por ejemplo, se definió el papel de las instituciones como célula básica para el desarrollo del trabajo cultural y se determinó la aplicación de programas y proyectos que, como expresiones de estrategias culturales, permitieron partir de las realidades de las comunidades, territorios e instituciones, para proyectar una suerte de futuro que proporciona cada vez más un equilibrio entre el desarrollo de la cultura y el desarrollo económico y social del país.

La expresión particularizada de los programas se encuentra en los proyectos culturales que están dirigidos a dar solución a problemas específicos, a intereses de segmentos poblacionales o al trabajo con determinada institución, pues la consecución de los objetivos de desarrollo cultural rebasa los límites institucionales y solo se logra con la integración y acción de las diferentes fuerzas sociales y organismos, por lo que para cumplimentarlos se requiere de todos aquellos implicados en el desarrollo de la cultura, estén dentro o fuera de nuestras estructuras y organizaciones.

La política cultural (Programa de Desarrollo Cultural) es llevada a los diferentes sectores poblacionales mediante la programación, el eslabón de mayor importancia en el proceso de la comunicación de la Dirección de Cultura en Amancio, con el público interno y externo; en ella se diseñan y ejecutan

actividades que solo son logrables por medio de la integración, socialización y jerarquía en función de brindar la satisfacción espiritual del pueblo.

Al funcionamiento de la programación cultural, su regulación externa, y el papel que en ello corresponde a la autorregulación de los trabajadores y dirigentes del sector, sobre la base de las relaciones con organismos y organizaciones implicados en su materialización para ser más efectiva su función social, estará dirigido el presente estudio, dada la necesidad de perfeccionar la promoción de las propuestas culturales mediante un plan de acciones de Relaciones Públicas.

La práctica de la profesión durante veintiséis años en el sector de la Cultura como especialista de programas culturales y divulgación, así como directora de la Casa de Cultura y Galería de Artes, hasta directora del sector, en el contacto sistemático con las estructuras de dirección de las instituciones de base, instructores de arte, promotores culturales, organismos, organizaciones y el público, demuestra que, aunque en los últimos años se ha ido avanzando en una concepción más actualizada del trabajo cultural, existen dificultades en la programación y promoción de las actividades culturales del municipio de Amancio manifestadas en lo siguiente:

- No existe un proceso participativo adecuado en el diseño, ejecución y evaluación de la programación cultural, lo que interfiere en los procesos comunicativos de la entidad y por ende en la regulación externa de la programación cultural.
- Los estudios de públicos se realizan una vez al año y se obtienen del diagnóstico que realizan las instituciones y los promotores culturales en la comunidad y no para la comunidad, pues en la mayoría de los casos sus moradores desconocen el proceso y no ven reflejados sus verdaderos intereses.
- El presupuesto asignado no responde a las necesidades de la programación cultural y existen serias limitaciones de recursos como

transporte, audios, materiales para escenografías, y la confección de propagandas gráficas, boletines, catálogos y plegables promocionales.

- El Taller Municipal de Programación no cuenta con la calidad requerida, pues no se logra la integración de los organismos y las organizaciones del territorio que forman parte activa del Programa de Desarrollo Cultural.
- Inestabilidad en el equipo técnico-artístico, específicamente de los especialistas de programas culturales, programadores y divulgadores, así como en los cargos de director municipal de Cultura y de la Casa de Cultura.
- Algunos especialistas del equipo técnico-artístico reconocen no estar lo suficientemente preparados para dirigir el proceso de la comunicación con los públicos internos y externos.

Las deficiencias permitieron identificar el siguiente problema de investigación:
¿Cómo hacer más efectiva la programación cultural que realiza la Dirección de Cultura en Amancio?

Como objeto de investigación: la programación cultural. El campo: las Relaciones Públicas.

Idea a defender: con un plan de acciones de Relaciones Públicas se contribuye a una programación cultural más eficaz en la Dirección Municipal de Cultura en Amancio.

El objetivo general: Elaborar un plan de acciones de Relaciones Públicas que favorezca la programación cultural de la Dirección Municipal de Cultura en Amancio.

Se determinaron como objetivos específicos los siguientes:

1. Realizar un análisis histórico sobre la promoción y animación sociocultural en el proceso de la programación, principal eslabón de la

comunicación de la Dirección de Cultura de Amancio con los diferentes públicos.

2. Fundamentar la teoría que sustenta el uso de las Relaciones Públicas en el proceso de la regulación externa de la programación cultural del municipio de Amancio.
3. Perfeccionar la programación cultural del municipio de Amancio, a través de acciones que favorezcan las comunicaciones con el público externo y su participación activa en la vida cultural del territorio.

Es importante reflejar que hasta el momento no existe un estudio desde el punto de vista de la Comunicación Social sobre la programación cultural, principal eslabón de la Dirección de Cultura en Amancio, en el proceso de interacción con los diferentes públicos, pero se han tenido en cuenta ponencias presentadas en diferentes eventos como el Forum de Ciencia y Técnica y Cultura y Desarrollo, que aunque no han sido específicamente de programación sirven de antecedentes, así como los diagnósticos de caracterización para la implementación de proyectos socioculturales en comunidades del territorio, además de trabajos relacionados con la labor de las instituciones culturales.

La significación práctica de la investigación está dada por la aplicación de un plan de acciones que integre lo instructivo y lo metodológico, en el proceso de la comunicación de la Dirección de Cultura en Amancio, para contribuir al perfeccionamiento de la programación cultural en la interacción con los públicos externos e internos y lograr con efectividad la participación activa de la población en el hecho artístico y cultural. Mientras que la novedad científica radica en la aplicación de las Relaciones Públicas en la regulación externa de la programación cultural, dadas sus funciones en la gestión de las comunicaciones internas, externas, humanísticas y el trabajo en conjunto con otras disciplinas y áreas con un enfoque dialéctico-materialista.

Por las características del estudio, el método que utilizamos es el de la investigación cualitativa, para evaluar la posibilidad de aprovechar distintas perspectivas teórico-metodológicas y diversos métodos, su carácter interdisciplinario hacia las ciencias de la comunicación, la sociología y la filosofía, el engarce que tiene el contexto cultural de la sociedad y la visión holística de ella, todo lo cual concuerda con el objetivo esencial de aplicar las Relaciones Públicas en la regulación externa de la programación cultural del municipio de Amancio, visto desde el contexto de la satisfacción espiritual de la población.

Métodos y técnicas utilizados.

Etnografía: Fue utilizada para conocer el modo de vida (gustos, preferencias, tradiciones e intereses del público externo que recibe el producto cultural que se ofrece por medio de la programación en Amancio).

Etnometodología: Para estudiar los fenómenos sociales incorporados a nuestros discursos y nuevas acciones a través del análisis de las actividades humanas en la comunidad.

Histórico-lógico: Para comprender el devenir histórico de la promoción y animación cultural, las políticas culturales y reproducir sus cuestiones esenciales, así como el análisis de sus antecedentes y tendencias en la ejecución de las políticas culturales.

- El origen y evaluación de las Relaciones Públicas y su vínculo con la cultura.

Análisis y síntesis: Para realizar la revisión minuciosa y profunda de las diferentes bibliografías, elaborar conclusiones a partir de la información empírica complicada y estudiar el problema, su diagnóstico y enunciar la idea a defender, así como sintetizar toda la información recopilada.

Acción-participación: Resultó fructífera por constituir un proceso constante en el trabajo de capacitación y educación popular ya que permite desarrollar la capacidad analítica de promotores y especialistas en la proyección laboral, así

como sus posibilidades de autosolucionar problemas sobre la base de diagnósticos, proyectos y programas en el accionar directo con las comunidades, instituciones culturales y áreas priorizadas.

La observación: Para conocer de las diferentes actividades su concepción, la participación de la población y su nivel de aceptación a partir de los gustos y preferencias.

La encuesta: Para obtener información directa sobre los principales problemas que afectan la promoción, divulgación e información de las actividades culturales. Expertos (especialistas de promoción, periodistas, directores de instituciones, promotores, culturales y técnicas encargados de diseño y ejecución de la programación cultural).

La entrevista: Para conocer criterios de la población, organismos y organizaciones, directores de Instituciones y especialistas de la Dirección de Cultura sobre la concepción, ejecución, promoción y evaluación de la programación cultural.

La muestra seleccionada para la investigación se conforma por los siguientes informantes claves: directores de instituciones culturales, técnicos de la Dirección de Cultura, promotores, metodólogos de la Casa de Cultura, representantes de los organismos que tienen convenios conjuntos con Cultura, a saber, los ministerios del Azúcar y Educación, Salud Pública, Unión de Jóvenes Comunistas, emisora Radio Maboas y organizaciones como las asociaciones de sordos e hipoacúsicos (ANSOC), ciegos y débiles visuales (ANCI) y limitados físico-motores (ACLIFIM), los Comités de Defensa de la Revolución (CDR) y la Federación de Mujeres Cubanas (FMC). Del público externo, 300 personas, de ellas 100 jóvenes, 100 adultos y 100 de la tercera edad.

El trabajo consta de tres capítulos: el primero se presenta en tres epígrafes donde se realiza un análisis sobre los fundamentos teóricos de las Relaciones Públicas. El capítulo dos fue concebido en tres epígrafes en los que se refleja la

caracterización de la programación cultural del municipio de Amancio, y el tercero contiene plan de acciones de Relaciones Públicas.

En la realización de la presente investigación fue utilizado el paradigma cultural, ya que incluye entre sus componentes básicos un modelo de comunicación trazado en la política cultural, el cual refiere que comunicar cultura equivale a poner en marcha o acelerar un movimiento de difusión a propagación, el cual tiene a su vez como centro la relación entre el público y el producto artístico.

El paradigma cultural ha resultado de gran valor heurístico para la investigación latinoamericana de la comunicación desde finales de los años ochenta del pasado siglo hasta la actualidad y tiene como principales exponentes a Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y Valerio Fuenzalida.

Estos estudios cobran fuerzas iniciativas para propiciar el desarrollo de procesos comunicativos que trascienden el circuito mediático: comunicación comunitaria, alternativa, comunicativa, crítica, y que son vistos desde su vinculación con los procesos culturales y de participación ciudadana.

La cultura, según Martín Barbero, al igual que la comunicación, es un proceso de intercambio simbólico y producción de significación. Es asimétrica, se produce entre actores que no estén en el mismo lugar, no solo de poder, sino culturales y de competencias.

El modelo comunicativo que proponen Barbero y Canclini, por su parte, gira en torno al supuesto de relación cultura popular-cultura masiva, como ingredientes de las teorías latinoamericanas y cuyos aportes al pensamiento comunicacional son notables por el hecho de que comunicar es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros, y ellos en doble sentido: les reconozcan el derecho a vivir y pensar diferentemente, y se reconozcan como hombres en esa diferencia.

Eso es lo que significa y lo que implica pensar la comunicación desde la cultura, teniendo en cuenta que lo masivo toma matices culturales y los somete al concepto de las mediaciones, concebida como las estancias culturales desde

donde se produce la construcción del sentido. Asimismo los géneros son entendidos como pactos de lectura, acuerdos entre productores y receptores y se articula la producción con las gramáticas de reconocimiento. Este aspecto es de suma importancia en el presente estudio ya que la programación cultural está concebida para diferentes públicos y tiene en cuenta un discurso según la edad, los gustos y las preferencias de los diferentes grupos etáreos.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE LAS RELACIONES PÚBLICAS. ANÁLISIS PRELIMINAR.

En este capítulo se realiza un análisis de los aspectos teóricos que fundamentan las Relaciones Públicas en la programación cultural desde teorías filosóficas, éticas, estéticas y psicológicas en interacción con los públicos externos. Consta de tres epígrafes: en el primero se describen las concepciones teóricas sobre las Relaciones Públicas, el segundo aborda los fundamentos conceptuales sobre regulación externa y el tercero los referentes sobre programación cultural.

1.1 CONSIDERACIONES TEÓRICAS SOBRE RELACIONES PÚBLICAS.

Las Relaciones Públicas son una disciplina reciente, concretamente tienen su origen en el siglo XX y su lugar de nacimiento es en los Estados Unidos de Norteamérica. Surgen como expresión de un determinado nivel de desarrollo de las empresas e instituciones sumergidas en una fuerte competencia y en la necesidad de obtener reconocimientos público para su actividad e incluso, para sus propios puntos de vista.

En el transcurso de la historia de la humanidad podemos encontrar diversos esfuerzos de comunicación de carácter persuasivo, en los que muchos actores han tratado de ver una suerte de “Relaciones Públicas” muy primitivas.

La necesidad de comunicar y persuadir a personas o grupos de personas, es tan vieja como el hombre, pero eso no quiere decir que toda comunicación persuasiva sea un producto de las Relaciones Públicas, al menos como se les entiende modernamente. Éstas solo han podido ser posibles al calor de los avances que, en materia de gestión administrativa, la teoría de la Comunicación, la Psicología y otras disciplinas sociales, aporta el siglo XX.

La primera oficina que se dedica consciente y sistemáticamente a esta actividad de comunicación persuasiva es abierta en 1903 por el periodista Ivy Lee, considerado el padre y fundador de las Relaciones Públicas, al encontrar

su verdadera dimensión de la importancia de la comunicación con los públicos. En 1906 escribió: “Creo en la efectividad de contar con la propia historia del público. Si uno se dirige directamente al pueblo y consigue su aprobación, todo el mundo te apoyará” (Piedra, 2005: 27).

Entre otros conceptos, expresó: “Las grandes empresas sólo podrán subsistir y progresar si explican al público y en primer término a su personal, cuál es su papel y su utilidad en la comunidad local, regional o nacional”:

El punto que marcó la consagración de esta rama, fue cuando Edgard Bernays acuña definitivamente el término de Asesor de Relaciones Públicas, al abrir una oficina de este tipo en New York, donde comienza a ejercer el periodismo. Una serie de acontecimientos llevan a Bernays a especializarse en la relación con la prensa y la publicación de materiales persuasivos y formadores de opinión.

Con la primera Guerra Mundial, al trabajar como asesor de propaganda en el U.S. Committee of Public Information, el futuro padre de la disciplina logra acumular experiencias que le permiten, tiempos después, sentar plaza en 1920 como Consultor en Relaciones Públicas, y desarrolla una serie de acciones y conceptualizaciones relacionadas con la nueva profesión.

A partir de su trabajo y de las experiencias acumuladas en el manejo de la opinión pública, Bernays logra sistematizar sus conocimientos en un libro que lleva por título: “Cristalizando la opinión pública”, publicado en 1923.

En este propio año imparte los primeros estudios superiores de Relaciones Públicas en la Universidad de Nueva York, convirtiéndose en pionero de la enseñanza universitaria de la especialidad.

A partir de ese momento se produjo un rápido desarrollo de las Relaciones Públicas y una creciente conciencia de su importancia. Durante el transcurso de los años, con los cambios en la sociedad y en las concepciones sobre la Comunicación Social, las Relaciones Públicas experimentan diversas etapas de desarrollo. Estos períodos pueden ser mejor comprendidos si se establecen los cuatro modelos de la comunicación que, desde los principios del siglo XX

hasta la actualidad, se han seguido en la práctica de las Relaciones Públicas (Piedra, 2005: 29).

Estos modelos, según el autor, poseen en nuestros efectos un valor ante todo ilustrativo (Piedra, 2005: 29).

- Modelo de Agente de Prensa: más o menos lo que hacía Ivy Lee, encaminado a difundir valores positivos de la organización, sin reparar en lo completo y veraz de la información. Es un modelo de una sola vía, dirigido desde la organización hacia los públicos (Piedra, 2005: 29).
- Modelo de información Pública: la información es mucho más exacta y completa. La investigación no es aún importante, salvo para medir de alguna manera la eficacia de los mensajes, por lo demás sigue siendo unidireccional.
- Modelo Asimétrico de Dos Vías: se preocupa por la investigación de los públicos, pero casi siempre para conocer el efecto de sus mensajes, es decir, busca retroalimentación de sus propuestas, asegurarse de que se obtienen sus efectos, los mensajes siguen siendo, mayoritariamente, de una sola dirección.

Para la realización del presente trabajo, se toma el Modelo Asimétrico de Dos Vías, el cual establece una comunicación grupo a grupo y produce un diálogo que puede influir o alterar las posiciones o mensajes de la organización. La investigación es dirigida fundamentalmente a la comprensión mutua, por lo que es realizada antes, durante y después de cualquier programa. A la organización, en esencia, le interesa conocer a sus públicos e integrarse a ellos (Piedra, 2005: 30).

Como puede apreciarse, los modelos de comunicación demuestran una evaluación desde posiciones más bien autoritarias hacia aquellas de mayor participación social, constituyendo uno de los factores evaluativos claves en el desarrollo de las Relaciones Públicas, al mostrar mayor ocupación por los

asuntos sociales y el compromiso de la entidad y organización con respecto a la sociedad con respecto a ella y sus grupos más representativos.

Es inexistente aún una definición universal de las Relaciones Públicas. En uno de los libros del insigne profesor británico Sam Black se apunta la existencia de más de cuatrocientos definiciones básicas de Relaciones Públicas, por lo que afirmaba que es “más sencillo definir las por lo que no son, que por lo que son”.

Es lógico pensar que tal imprecisión se debe a la multiplicidad de enfoques, requerimientos y objetivos que existen en su ejercicio profesional. Esta característica adquiere su más nítida expresión en la existencia aceptada de tres grandes corrientes de pensamiento o escuelas de la disciplina, dentro de las cuales las definiciones variaron de una a otra, y aún dentro de cada una de ellas. Estas escuelas se vinculan, respectivamente, a Estados Unidos, Europa y América Latina (Piedra, 2005: 31).

Para William Stanton, especialista de marketing, las Relaciones Públicas son “un esfuerzo general y global de comunicaciones por parte de una organización, y su finalidad es influir en las actividades de varios grupos ante ella. Actividades que pueden construir o conservar la imagen de la organización y una relación favorable con su público”. Este punto de vista de Stanton es muy coincidente con otro reconocido mercadólogo norteamericano, Philip Kloter, quien define a las Relaciones Públicas como “la función de management” (Piedra, 2005: 31).

Kloter evalúa “las actitudes del público, identificando las políticas o procedimiento de un individuo de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción para obtener la comprensión y aceptación” (Piedra, 2005: 32).

En otro ángulo conceptual, Sam Black ofrece un enfoque diferente cuando anuncia que: “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” (Piedra, 2005: 32). Esto más que una definición plantea un objetivo general.

Una visión de las posturas latinoamericanas puede obtenerse de la Declaración de México, firmada en 1978 por un grupo de asociaciones y especialistas de nuestro continente, los que presentaron las siguientes propuestas:

“El ejercicio de la Relación Pública es la conjunción del arte y la ciencia social de analizar tendencias, prever sus consecuencias, asesorar a la dirección de la organización y poner en práctica los programas de acción, previamente planificados, que sirven tanto al interés de la organización como al del público” (Piedra, 2005: 32).

Al decir del profesor argentino Julio César Pereira Parodi, al referirse a la multiplicidad de definiciones, señala que “la cuestión parte del hecho de la no implantación hasta ahora de un paradigma específico por parte de la comunidad profesional, por lo menos en una forma de acuerdo más o menos unánime, y esto representa un verdadero vacío metodológico (...) aún no resuelto” (Piedra, 2005: 32).

Pereira opta por una serie de consideraciones que permiten comprender el carácter inter y multidisciplinario de esta disciplina y en qué medida es el resultado de la integración de:

- 1) Las ciencias sociales, como la Psicología y la Sociología; 2) Las ciencias de la información (o comunicación); 3) Las ciencias de la administración, como el marketing y el management (Piedra, 2005: 29).

Por esta razón, las definiciones de las Relaciones Públicas y con ellas su paradigma, desplazan su eje central entre estas disciplinas constitutivas. Como podemos apreciar, los norteamericanos ponen énfasis en los aspectos derivados de la organización (a veces más concretamente en la empresa), mientras los europeos subrayan aspectos sociales, en tanto los latinoamericanos por los aspectos sociales. Es por ello que se ha insistido en que se trata del arte de aplicar una ciencia; aunque sería más acertado decir el arte de integrar diversas ciencias.

En Cuba las Relaciones Públicas se alinean necesariamente con las posturas latinoamericanas, sin olvidar las propias especificidades de toda índole y resulta demasiado arriesgado aventurar una definición acorde con nuestra experiencia nacional, ya que en ella deberá ocupar un lugar preponderante el componente social, que al apoyarse en la comunicación, sirve a los intereses de la organización en primer lugar, y a toda la sociedad, por extensión.

Las Relaciones Públicas en nuestro entorno no pueden quedar en su simple papel como conformadoras de imagen de la entidad en los públicos involucrados, sino que deben alcanzar el diálogo comprometido y solidario con los públicos y, a la vez, el compromiso y solidaridad de la entidad con la sociedad en su conjunto. Para las Relaciones Públicas cubanas se trata, ante todo, de seres humanos colocados en dos extremos de la relación entidad-públicos, aspecto a tener en cuenta en el presente trabajo en la relación de la Dirección de Cultura con el público externo.

Las Relaciones Públicas son, por tanto, una mediación comunicacional entre la entidad y sus públicos, apoyada en la investigación y para lo que se dispone de una gama de acciones estructuradas en planes y programas, con el objetivo de integrar los intereses de ambos para un mejor servicio a la sociedad.

Luego de analizar las definiciones, surge lo que se podría catalogar como el objetivo principal o fundamental en el ejercicio de las Relaciones Públicas: obtener las simpatías, comprensión o solidaridad de los públicos afectados o que afectan a la actividad de una organización (cuando nos referimos a una organización, engloba a empresas, organizaciones no lucrativas, culturales, políticas, asociaciones no gubernamentales). Es decir, una organización debe ser entendida como “una colectividad humana estructurada para llevar a cabo una misión específica mediante el uso racional de sus recursos” (Piedra, 2005: 36).

Por lo tanto, esta definición engloba prácticamente a cualquier entidad más allá de sus objetivos y propósitos.

Las organizaciones se desenvuelven en contextos sociales específicos que están integrados por personas y para su actividad requieren de la comprensión y reconocimiento de las personas que por medio de su actitud y conducta, pueden facilitar o dificultar la consecución de los objetos específicos de la organización.

El desconocimiento sobre la organización o entidad, sus objetivos estratégicos, campos de acción y filosofía, suelen constituir la base principal de los problemas que se confrontan con los diversos públicos o grupos sociales.

Al utilizar el concepto problema entiéndase como cualquier evento que, de mantenerse en el tiempo, impide alcanzar un objetivo dado y como consecuencia trae falta de información sobre objetivos, filosofía, importancia para la comunidad y buenas intenciones.

Las Relaciones Públicas son también una ciencia, pues no dejan de ser un cuerpo creciente de conocimientos fiables adquiridos a la luz de la experimentación, que puede ser transmitido. Como tal cuentan con una serie de atributos (Meza, 2002: 9).

Amplitud: Las Relaciones Públicas pueden ser aplicadas a diversas situaciones de la vida cotidiana.

Apertura: Están dispuestas a generar modificaciones cuando sea necesario.

Empirismo: Se basan en experimentación.

Método: Tienen un método propio comúnmente llamado IPCE: investigación, planificación, comunicación y evaluación.

Utilidad: Ayudan a fines institucionales y a la gestión de la imagen.

Descripción y predicción de la realidad institucional.

Las Relaciones Públicas se dirigen a diferentes públicos, los que habitualmente se clasifican en externos o internos, según el grado de vinculación que poseen con nuestra entidad. Aunque existen diversos grados en esta clasificación, lo más comúnmente aceptado es que integran los

públicos internos aquellas personas que trabajan dentro de la estructura de la organización o están directamente asociados a ella. O que la organización, en la práctica, depende de esos grupos para su propia existencia.

Para tener una idea de lo que se pretende lograr con un plan de acción, como vía para el perfeccionamiento de la programación cultural, se parte de formular cómo se organizan y ordenan, en el tiempo, las acciones o tareas que deben emprenderse por parte de la entidad objeto de estudio. En este aspecto cobra importancia la planificación como “manera organizada, consciente y continua para seleccionar las mejores alternativas y los medios disponibles para lograr determinados objetivos o metas específicas” (Rivero, 2005: 162).

En la formulación del plan de acción se deberán precisar acciones concretas de Relaciones Públicas que competen al perfeccionamiento en la relación de la entidad con los diferentes públicos; se tendrá en cuenta la definición de objetivos y la jerarquización de las necesidades detectadas en el diagnóstico.

1.2- FUNDAMENTOS CONCEPTUALES SOBRE REGULACIÓN EXTERNA.

El hombre como un ser social, producto de la sociedad, es un ser actuante en ella, capaz de transformarla en la medida en que lo hace a sí mismo a través de la producción de bienes materiales y espirituales.

El surgimiento de la conciencia es posible solo en los marcos de la actividad social y a ello contribuye en gran medida la comunicación entre los hombres a través del lenguaje. Por eso no es ilícito reafirmar que desde su origen, la necesidad de comunicación ha estado asociada a la actividad del hombre.

La actividad comunicativa es la forma esencial de la actividad humana que se manifiesta mediante la interacción, es decir, la relación que establecen los sujetos entre sí por el empleo de diferentes lenguajes valiéndose de códigos, tanto verbales como no verbales, para codificar los mensajes y transmitirlos por diferentes canales.

Al decir de Carlos Marx, mediante la comunicación “los individuos se crean unos a otros, pues por medio de la actividad comunicativa las personas se influyen mutuamente, se transmiten conocimientos, valores, sentimientos y modos de actuación y se revelan sus intereses, expectativas y propósitos” (Romeu, 2003).

Al referirse a la naturaleza del desarrollo del hombre, Marx no sólo se centró en sus aptitudes sino también en el desarrollo social, donde su actividad desempeña un papel importante en la transformación del medio y a la vez de sí mismos. En la tesis sobre Feuerbach, planteó: “ (...) es la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdad, es decir la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento...” (Marx, 1982: 24).

En su proceso histórico, la relación de los hombres ante el trabajo propició cambios en la forma de producción social así como en la conciencia social, y todos estos cambios estuvieron acompañados a otros cambios en los procesos comunicativos.

La comunicación fue y es un factor fundamental desde el punto de vista social en el desarrollo del hombre, tanto en lo psíquico como en lo sociológico.

El especialista soviético Predvechni afirma que: “... Al surgir la sociedad humana en las formas más primitivas, la comunicación pasó por un largo camino de desarrollo, se perfeccionó junto con la producción social y la conciencia social. La comunicación se hizo más completa en cuanto a sus formas concretas, se enriqueció su contenido y se experimentó la influencia de las formas dominantes de la conciencia social... Las funciones sociales de la comunicación en la sociedad moderna se pueden dividir teóricamente en dos categorías: las propiamente sociales encaminadas a satisfacer las necesidades de la sociedad en general o de algunos de sus grupos en el proceso de su funcionamiento y de su interacción, y las psicológico –sociales relacionadas con las necesidades de algunos miembros de la comunidad” (González, 1989: 3).

La comunicación deviene de la actividad un principio metodológico para la misma, principio que a su vez requiere la actualización del aspecto

correspondiente a la relación de la categoría marxista de actividad con el sujeto y con las relaciones sociales, es decir, de la forma social de la actividad.

Mediante el principio de las relaciones sociales, se revelan simultáneamente la relación del sujeto con la actividad y las relaciones de los sujetos con otros sujetos.

La posición de la personalidad dentro de las relaciones sociales que, por una parte, determina sus posibilidades, y por otra, su capacidad para realizar cambios en la realidad social (en calidad de sujeto social), contribuyen en los dos aspectos del enfoque objetivo para el análisis de toda forma de activismo (sentimientos sociales, conciencia, voluntad o acciones).

La vida del hombre en la sociedad no sólo desarrolla en él formas de adaptación a la necesidad social, sino formas de participación activa en los procesos sociales. La personalidad en desarrollo no es una estructura cerrada, sino incorporada a la actividad vital social, su esencia social está expresada en la característica de su modo de desarrollo. Lo social no representa una faceta de la propia personalidad, ni tampoco su medio, sino la característica esencial del desarrollo, típicas de determinadas condiciones concreto- históricas. Es esta característica la que determina las posibilidades, límites y formas de desarrollo, así como también los tipos de contradicciones que impulsan este último.

El hecho de hacer aquí una exposición histórico- filosófica sobre el origen, evolución y estado actual del pensamiento ético no viene al caso, ya que el estudio y teorización de lo moral a nivel de la sociedad y del individuo, nos interesa de manera mucho más limitada. Con ello se pretende analizar el potencial regulador y autor regulador de la moral, sus propias determinaciones y condicionantes de tipo social y cómo este factor interviene en los procesos comunicativos.

La conciencia moral es parte de la vida espiritual de la sociedad y, como tal, forma parte simultáneamente de la ideología elaborada a nivel social y de las luchas, contraposiciones y contradicciones que se libran en ese terreno y de la

psicología social y común, formada espontáneamente en base a la experiencia vital de la sociedad y sus realidades.

La moral tiene un valor cognoscitivo, en tanto provee una visión del mundo y sirve para interpretar los hechos; un valor afectivo, puesto que se vincula indisolublemente con todo el universo emocional de la personalidad y su identidad psicosocial (Lima, 2003: 35-46); y a la vez, un valor conducta ya que de forma práctica orienta el proceder humano en cualquier área de su actividad.

Ella existe a escala de toda la sociedad, matizada por los intereses y posiciones de las clases y grupos dominantes, y a escala del individuo, como componente singular y central de la personalidad. La moral es histórica y es concreta, ocupa un lugar nuclear a la superestructura social en su conjunto, desde la cual informa y a la vez se interpreta con todo el cuerpo económico, político, social y cultural de la sociedad.

Adolfo Sánchez Vázquez la define como un “sistema de normas, principios y valores, con el cual se regulan las relaciones mutuas entre los individuos, o entre ellos y la comunidad, de tal manera que dichas normas, que tienen un carácter histórico y social, se acaten libre y conscientemente, por una convicción íntima, y no de un modo mecánico, exterior o impersonal” (García, 2005: 1).

Al decir de Luis López Bombino (2000: 403) es “un fenómeno social único y cualitativamente peculiar que se expresa como una forma de apreciación práctico- espiritual del mundo, esfera de la conciencia, la actividad y las relaciones de los hombres, caracterizada por la contraposición entre el bien y el mal y relacionada con todas las demás esferas de la vida social”.

Este mismo investigador destaca la relación dialéctica entre la moral a nivel social y el papel activo del sujeto (2000: 405). “La persona, como ser individual, está conformada, y de hecho condicionada por múltiples factores de carácter familiar, existencial, sociopolítico y psicológico, no se puede perder de vista que ella se integra en el sistema completo de la personalidad”.

Esto significa, entre otros casos, que “aunque el acto moral sea en última instancia individual, sus referentes de valoración se remiten siempre a medidas establecidas a escala social, comunitaria, grupal o familiar. A esos niveles, y aún en el de las culturas a escala supranacional y universal, la conciencia moral se ha integrado históricamente en torno a un cuerpo de valores, principios y normas que sintetizan las condiciones de vida, relaciones de convivencia y formas de dominación, y las experiencias de cada pueblo y de la humanidad. Una parte importante de esos elementos existen en forma de hábitos, de costumbres, como parte implícitas de la cultura de la sociedad” (Sánchez Vázquez, 1969: 61).

Lo que distingue a ese cuerpo es que su vigencia no descansa en instituciones o estructuras organizativas de la sociedad, sino en el consenso social, en la cultura compartida (no exenta de luchas y contradicciones), en virtud de la cual es acotado, o puede serlo, en base a convicciones y no mediante creación externa, la imposición o la fuerza.

Obviando forzosamente el dilatado debate filosófico sobre valores, se puede admitir que ellos son estructuras, a la vez objetivas y subjetivas, mediante las cuales la sociedad ha formado históricamente los criterios de orientación en la relación sujeto- objeto, para valorar si un hecho o forma de conducta es bueno o malo, útil o perjudicial, deseable o reprobable.

Los valores (López Bombino, 2002: 174) “tienen un carácter cognoscitivo, esto es racional, como medios para comprender el mundo; afectiva, en tanto que suscitan emociones positivas; y conductual, ya que sirven de pauta de comportamiento”.

El sistema de valores- y cada sociedad, cada cultura, cada forma civilizatoria tendrá el suyo (Fabelo, 2003: 24). Articula un entramado social del cual se derivan principios, normas, actitudes, ideales, cualidades, motivaciones e intereses, que a su vez se integran y manifiestan en distintas formas en los distintos subsistemas –político, económico, cultural, medioambiental o

psicológico- individual de la sociedad”. Y precisamente, uno de esos campos es el de la comunicación.

Lo expuesto anteriormente no puede ser interpretado como una determinación de la estructura socioeconómica sobre la conciencia moral y los valores. Ninguna época histórica reemplaza totalmente el sistema de valores heredados, interactúa con ellos, les aplica su impronta, modifica contenidos, pero a la vez conserva lo que hay en ellos de permanente.

La cultura no puede comprenderse como un simple concepto, asociado solamente con las artes y el patrimonio, pues comprende también el modo de vida, las creencias, las tradiciones y los sistemas de valores.

Entre las funciones de la cultura se encuentra la de proporcionar un marco propicio para el bienestar espiritual y moral de los seres humanos, ya que la principal riqueza humana es, precisamente, el hombre mismo, pues para mejorar al mundo lo primero que ha de hacerse es forjar y cultivar al hombre.

Confucio en su época refirió que “la cultura no es más que el desarrollo armónico del ser moral” (Bombino, 2004: 159).

La cultura está vinculada, y de hecho, significa también formación del hombre, puesto que incide en su mejoramiento y perfeccionamiento; comprende todo lo que es aprendido mediante la comunicación y el vínculo entre los seres humanos incluye, asimismo, el sentido de lo individual y social. Abarca desde el perfeccionamiento del lenguaje hasta las tradiciones, costumbres, ciencia, moralidad, valores, aptitudes humanas, las intuiciones y la vida social en su conjunto.

En la historia intelectual de Cuba, por ejemplo, es preponderante la influencia derivada del temprano arraigo en la formación de la nacionalidad de una ética del deber vinculada a los valores cristianos, al sentido de la justicia, al sacrificio del individuo en aras de los intereses sociales y al ideal de progreso de la nación por medio de la educación, la cultura, la ciencia, y el pleno ejercicio de libertad nacional del ser humano (Vitier, 1990: 6-7).

Ese pensamiento ético que se personifica con Félix Varela, se asocia desde sus orígenes a la liberación de la iglesia, a la defensa de su peculiar singularidad, de su derecho a constituirse como nación, y al rechazo de cualquier forma de anexión o absorción cultural (García Luis, 2004: 10).

Es notable que desde fines del siglo XVIII, con la figura de José Agustín Caballero, y luego con Varela, José A. Saco, José María Heredia, José de la Luz y otras destacadas personalidades, “esa ética de la emancipación queda vinculada íntimamente con el desarrollo del pensamiento político- social, la pedagogía, la cultura artística y literaria y el ejercicio de la comunicación periodística, en tanto que vehículos de la ilustración y afirmación de la cubanía” (Hart, 1994).

La ética de la liberación es nuclear, a lo largo de la historia, a los esfuerzos del pueblo cubano por la sabiduría nacional y la justicia social, y se enfrenta también, desde los albores de la nacionalidad, a una ética de la dependencia, colonialista, anexionista y finalmente proimperialista y antinacional, que recorre también como un eje toda la trayectoria de la nación cubana (Vitier, 1990: 41).

Hay una continuidad fundamental entre el pensamiento ético de la liberación, forjada en la etapa de las guerras por la independencia del siglo XIX, y representado por figuras como Céspedes, Agramonte, Maceo y Gómez, con su cumbre en José Martí, y los esfuerzos populares y patrióticos del siglo XX que “entran en la etapa decisiva con el 26 de julio de 1953 y el arduo y prolongado proceso que conduce al triunfo de la Revolución, al avance hacia el socialismo, y a la etapa de cinco décadas de enfrentamiento en los políticos históricos de Estados Unidos” (Castro, 1973).

La centralidad de la moral al conjunto de la superestructura ideológica, a sus intenciones y a todo el cuerpo del sistema social, su carácter activo y relativa autonomía, han tenido una confirmación palmaria en la experiencia de la construcción de la sociedad cubana durante la etapa revolucionaria, y sobre todo, “en la resistencia, en condiciones de extrema desventaja material, a las

acciones desestabilizadoras, el bloqueo económico y las amenazas de fuerzas del gobierno de la superpotencia mundial” (Castro Fidel, 1999).

En el proceso de articulación entre el sistema de valores y la práctica concreta, social y profesional de los grupos humanos, un espacio de mediación significativo corresponde a la deontología. Asociado al término en sus orígenes al positivismo inglés y a Jeremy Benthan, quien trató de absolutizar su papel como ciencia de la conducta, la deontología puede ser entendida como “una parte especializada de la ética-ética aplicada que considera y traduce en normas el aspecto moral del hombre en el ejercicio de su profesión” (Gómez, 76).

A su vez, López Bombino (2002: 103-104) considera “que esta multiplicidad de “éticas” no desmembra a la ciencia como tal, sino que es prueba de la diversidad y amplitud de su radio de acción, y destaca la interdependencia mutuamente enriquecedora entre ética normativa y ética aplicada” (García, 2005: 39).

Visto desde el ángulo de la comunicación, esta relación y su significado se pudieran resumir en los siguientes términos:

- La deontología tiene importancia si no se trata de un ejercicio normativo de tipo leguleyesco, formativo y vacío, sino como la emancipación e interpretación, pone el terreno comunicativo- de lo axiológico a nivel social.
- Lo deontológico, a su vez, nutre y fortalece lo axiológico, al darle asidero concreto como la realidad comunicativa y sus problemas.
- Los cuerpos deontológicos, dinámicos y cambiantes, permiten el ajuste incesante del sistema de valores a las transformaciones que tienen lugar en el entorno.
- Gracias a lo deontológico, ya se trate de códigos recogidos formalmente o de normas espontáneas y no escritas, los sistemas de comunicación

aprenden de la realidad y fijan sus experiencias como parte de un proceso de culturalización del tipo ético y profesional.

El problema del papel ético-deontológico en la regulación del sistema de comunicación debe ser comprendido con un enfoque a la vez histórico y nacional.

Christians (2000) destaca que la ética de la comunicación comenzó a dar sus primeros pasos en Estados Unidos en la década de 1890, y que desde aquella época se distinguió por su carácter pragmático y por mantener sólo una remota conexión con la filosofía moral sistemática.

La labor de la Comunicación Social posee rasgos comunes esenciales con los del artista y el literato, requiere en muchos casos la sensibilidad del político y tiene a la vez similitudes con el trabajo y los métodos de investigación que aplican los científicos sociales. Las diferencias principales que encontramos, en el caso específico de Cuba, entre el comunicador social respecto a otros intelectuales, son los siguientes:

- La primera y probablemente la más importante, es que al menos el núcleo de las actividades comunicativas, entiéndase la propaganda, la publicidad, las relaciones públicas, la comunicación organizacional y las tareas de contenido político y social que tienen un contenido esencialmente comunicativo, está imbricado directamente al sistema político, son parte de él, lo producen y lo reproducen.
- La actividad del comunicador social, de los medios donde éstos laboran y de las entidades que están adscritas, no se reduce a un campo profesional más o menos, pues ella encarga un derecho humano básico de cada persona; el derecho a estar informada y orientada en forma veraz, eficaz y oportuna, a recibir y emitir información y a participar, sobre esa base en los asuntos públicos.

La peculiaridad cualitativa de esta actividad, un tanto sujeto de regulación, radica en suma en que actualmente “la comunicación es el mayor instrumento

de la socialización, y la socialización el agente principal del cambio social” (Gómiz: 164). Dicho de otra manera: en forma cada día más intenso y excluyente, lo público se va identificando con lo que es escenificado en los medios masivos (Martín Barbero, 1992: 20).

Lo expresado por el profesor Bustamante puede ser a la inversa, con similar certeza: la experiencia demuestra que ningún sistema de regulación ha podido funcionar, si no ha existido simultáneamente una adecuada autorregulación. Es lógico: ambos términos, en el caso de los medios, se suponen, condicionan y complementan recíprocamente (García, 2005: 33).

- a) La capacidad de autorregulación es lo que determina la eficacia de cualquier actividad de la comunicación social. Sólo si las entidades son capaces de definir sus propias acciones con un criterio profesional, político y moral, es posible que se le dé verdadera respuesta a la demanda que se reciba desde la dirección política o económica de la sociedad.
- b) La autorregulación es prerrequisito del cumplimiento de la programación cultural, pues ella es el fundamento para la interconexión viva de la comunicación con el público externo, al cual sirve y constituye la interdependencia comunicativa entre estos factores; sin ella la Dirección de Cultura no podría conocer necesidades, gustos y preferencias, reaccionar y cumplir su papel formativo, informativo y educativo en su interrelación con la comunidad.
- c) Sin autorregulación no hay posibilidad de diálogo social, entendido este en el sentido participativo, democrático, emancipador que Paulo Freire (1993: 76-77) planteó como “el esfuerzo crítico a través del cual hombres y mujeres van asumiéndose como seres curiosos, indagadores, como sujetos en proceso de búsqueda...” (García, 2005). La comunicación mediante la programación cultural en ese caso, no sería capaz de problematizar el intercambio con la sociedad, de realizar una auténtica irradiación de valores éticos y estéticos, y quedaría adscrita a lo que el

pensador brasileño llamó la concepción bancaria, dominadora, antidialógica, de la comunicación pública como posibilidad de formar verdaderas convicciones.

- d) El desarrollo técnico contemporáneo hace cada vez más insoslayable la capacidad de autorregulación. Este es uno de los temas discutidos en la actualidad. El avance de las tecnologías, al igual que el de las ciencias que estudian la psicología y el comportamiento humano, plantea un haz de problemas éticos totalmente nuevos. El dominio absorbente de la televisión sobre la información, el tiempo libre y la recreación de la humanidad en su conjunto, obliga cada vez más a decisiones rápidas de mayor autonomía y por ende se confiere un mayor peso a la autorregulación de directivos y trabajadores de Cultura.

En la autorregulación que ejercen los factores internos a la comunicación social, concurren diversos componentes: distribución y ejercicios de atribuciones, métodos de decisión, organización y control, cultura organizacional y sus instrumentos, conocimientos y técnicos específicos de la profesión.

Sería un error a nuestro juicio, concebir el papel de la conciencia moral, del sistema de valores y normas como un agregado que puede separarse y no como una cultura que premia todo el contexto. El papel y lugar de este ingrediente, por el contrario, hay que verlo de la forma en que García Canclini (22) aconseja atender la ideología, “no como un cuerpo particular de proposiciones o una clase de discursos... sino como un nivel de significación presente en cualquier tipo de discurso” (García, 2005).

Aquí llegamos a dos importantes conclusiones: 1) la conciencia moral interviene en la autorregulación (igual a como puede hacerlo desde los mecanismos de regulaciones externas) proporcionando sentido a las acciones que implique opción moral en cualquiera de los momentos, procedimientos, partes o subsistemas de la comunicación social; 2) La existencia de mecanismos de

regulación externos a la comunicación social, con un alto contenido de valores morales, son una premisa para la vigencia de esos valores al interior de las entidades de la comunicación y sus profesionales, pero si estos desbordan sus marcos de acción o se toman absolutos, aún cuando posean una carga axiológica elevada, paradójicamente pueden exhibir el desarrollo los valores y normas morales que deben surgir del ejercicio del fuero interno de las entidades de la comunicación social y sus actores.

Una idea final puede resumir lo más importante de lo ya expuesto: no hay verdadera autorregulación, como práctica profesional, cuenta con un pequeño arsenal de instrumentos.

La comunicación de la Dirección de Cultura se encuentra plasmada en el Programa de Desarrollo Cultural, con procedimientos internos de trabajo, metodologías afines con las funciones de esta entidad para conducir las relaciones con el público interno y externo.

1.3- PROGRAMA CULTURAL. REFERENTES.

En los municipios, en las Casas de Cultura, museos, bibliotecas, cines, galerías de arte y librerías, entre otros, garantizaron la infraestructura para avanzar hacia una autentica democratización de la cultura, propiciando el acceso de la población al arte, la literatura, las historias y las tradiciones locales, fomentando necesidades y hábitos culturales y el desarrollo del movimiento de artistas aficionados. Es responsabilidad de las instituciones culturales la enumeración cultural variada y de calidad, en estrecha relación con instituciones provinciales, nacionales y municipales, con el objetivo de satisfacer las crecientes demandas de la población.

A la luz de lo investigado se caracteriza la programación cultural como “el proceso de planificación balanceada de actividades que lleva a cabo una institución cultural y en su diseño se encuentran presentes todas las manifestaciones del arte y la literatura, las cuales responden a gustos,

preferencias y necesidades de los diferentes grupos etéreos; se considera como una de las principales acciones de la promoción y la animación sociocultural ya que mediante la programación se ejecuta la política cultural del territorio y la comunicación de la Dirección de Cultura con los diferentes públicos”.

El estudio realizado por la autora define como principales funciones de la programación cultural las siguientes:

Informativa: Proporciona los elementos básicos para diferentes hechos y acontecimientos históricos y culturales.

Educativa: Contribuye al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, está apoyada en métodos dialécticos y pedagógicos.

Recreativa: Contribuye a completar parte del tiempo libre de la población mediante el esparcimiento, la distracción, el entretenimiento y el recreo.

Orientadora: Es la de formar valores. Contribuye a crear un sistema de valores, aptitudes y modelos de conducta.

Divulgación: Difunde el quehacer artístico y cultural de las diferentes instituciones culturales, contribuye a propagar hábitos y costumbres.

Por Cultura se remonta el concepto que sitúa al hombre como sujeto de un proceso de asimilación- transformación de valores que hereda y crea en su constante interacción con el mundo y que le permite proyectar conscientemente el futuro.

La asignación de un papel metodológico y activo al hombre nos conduce a la participación como posibilidad de intervención creativa de un proyecto de vida individual y colectiva, con la cual se convierte en el objetivo máximo que se pretende alcanzar.

Se asume la acción cultural como el proceso consciente que pueden llevar a cabo los individuos, colectivos o poderes públicos en diversos escenarios socioculturales con el fin de influir en la creación y expresión cultural y en la que

pueden predominar, desde el punto de vista comunicacional, rasgos difusivos o participativos (Casanova, 2006: 53).

Ellos pueden enmarcarse dentro del conjunto de prácticas a través de las cuales se materializa la política cultural del Estado de un determinado país, o pueden constituir formas espontáneas de expresión de los ciudadanos sin que obedezcan a una formulación política expresa de carácter global, pero en ambos casos suponen un basamento teórico y un determinado nivel de organización dirigido a desarrollar la cultura.

Promoción y animación están presentes en las acciones de promover y animar, las cuales, desde el punto de vista semántico, implican crecimiento e intervención. Ellos representan acciones conscientes destinadas a desarrollar la cultura (Casanova, 2006: 54).

Quiere decir ello que podemos interpretar la promoción y animación como procesos activos dirigidos a estimular y organizar a los diversos actores y agentes sociales para su participación en la transformación de su realidad.

Pueden ser considerados como procesos, pues para lograr sus fines transitan por diversas fases que van desde sensibilizar los sujetos para motivarlos a participar, capacitarlos para que adquieran las habilidades y destrezas necesarias para su intervención, y por último facilitarles las organizaciones que propicien su participación.

A nuestro juicio la diferencia entre ellos se basa en la relación que se establece entre el emisor y el receptor, pero también se vincula al poder que legitima el emisor y los niveles de participación que adelanta. Así la promoción, suele asociarse comúnmente a rasgos difusivos y la animación con rasgos participativos.

Esta afirmación es válida en tanto las estrategias promocionadas están casi siempre relacionadas con una escala macrosocial en la que deben crearse y transmitirse las premisas metodológicas y organizativas que posibiliten la participación en las diversas instancias de dirección de los procesos culturales.

Puede definirse la promoción sociocultural como aquellas estrategias diseñadas con un carácter global, que pretenden transmitir e instrumentar acciones en los diversos niveles de decisión para facilitar las estructuras y canales que garanticen la participación (Carcassés, 2006: 55).

Para lograr estos propósitos, se valen básicamente de técnicas informativas, difusivas y organizativas, y también incorporan la animación para gestar los procesos participativos a nivel de la comunidad.

Tanto la promoción como la animación promueven niveles de participación en la toma de decisiones; la primera puede lograr una representatividad social para los criterios políticos y metodológicos, que a nivel global garantizan la participación en diversas instancias de dirección y la segunda resulta el marco idóneo para que la población decida acerca de los proyectos creadores que modifiquen su realidad.

Los antecedentes de estas modalidades de acción cultural se pueden ubicar en la segunda mitad del siglo XX, cuando las grandes potencias económicas y militares fortalecidas como resultado de la segunda conflagración mundial se convierten en un nuevo paradigma para Occidente y el resto del mundo; por tanto, se erigen en referentes como modelos de desarrollo (Carcassés, 2006: 56).

En América Latina, para esa misma época, se inscriben acciones que asumen diversas denominaciones. A las de corte social suele llamárseles desarrollos comunitarios y los proyectos de tipo cultural generalmente se hayan asociados a la educación popular. Anden Egg los considera bajo el genérico nombres de programas de promoción cultural basándose en que "(...) el objetivo último de los mismos en América Latina consiste en impulsar el surgimiento y consolidación de las organizaciones de base y la movilización del pueblo de su situación de subdesarrollo y dominación" (Carcassés, 2006).

El enfoque de participación popular en este sentido tiene una influencia decisiva en Paulo Freire y su práctica en torno a la alfabetización, la educación popular y

los proyectos de investigación que adelanta, incorporando a ellos campesinos, obreros y otros sectores populares.

“El impacto de su pedagogía –refiere Egg- convirtió de hecho a estas prácticas en estrategias concientizadoras y revolucionarias dirigidas a la producción de conocimientos de las clases más desfavorecidas en función de la transformación social”. Teniendo en cuenta estas experiencias de la sociedad civil, los poderes públicos se producen políticos expresos en los que de una manera gradual van readecuando estrategias relacionadas con la promoción y animación sociocultural (Casanova, 2006: 60).

En el caso de las políticas culturales, al igual que las políticas sociales, estará presente la idea que el desarrollo cultural de cada nación y la voluntad desde sus inicios, la materialización de las políticas culturales ha estado vinculada al rol que desempeñaron los Estados en materia cultural.

Es así que en 1969 la UNESCO la define como “(...) el conjunto de operaciones, principios, prácticas y procedimientos de gestión administrativa o presupuestaria que sirven de base a la acción cultural del Estado (por lo que) pertenece a cada Estado determinar sus propia política cultural en función de los valores culturales, de los objetivos y de las opciones que por sí mismo se fije” (Casanova, 2006: 60).

Las políticas culturales se plantean desde entonces incidir en los sectores tradicionales de acción en la cultura, pero también se proponen objetivos con respecto a la sociedad en general. Las acciones promocionales dirigidas a ese propósito han sido estudiadas en el plano teórico en base a los paradigmas: la democratización y la democracia cultural.

La democratización emerge como modelo y se propone corregir desigualdades culturales ilustrando a las masas y facilitándoles el acceso a la cultura. El Estado se convierte así en el responsable, casi exclusivo, de la promoción cultural, con la intención de crear las condiciones necesarias para que el mayor número de personas reciban los beneficios de los bienes y servicios culturales.

Para ello, plantea políticas de descentralización geográfica de la oferta cultural, las cuales se sustentan en diversas estrategias promocionales, tales como la creación de una amplia infraestructura en zonas carentes de este servicio y la organización de grupos interesantes para llevar los productos culturales a zonas distantes de los centros culturales.

Con esa óptica difusionista se habla por primera vez de animación en la Conferencia Intergubernamental de Venecia, efectuada en 1970, donde se interpreta como una acción encaminada a hacer las instituciones más vivas y como vía para invitar al público a participar, en el sentido de asistencia a las actividades que se les ofrecen.

Como se observa, la promoción y la animación se homologan en cuanto a sus objetivos y contenidos; ambos pertenecen al disfrute de los bienes y servicios culturales propios de la élite cultural por amplios sectores de población y utilizar la difusión y la educación para lograr sus fines. Sin embargo, la promoción se asocia más a una estrategia general que crea las condiciones propicias para este acceso e ilustración, mientras que la animación se supone que ejerza estas funciones a nivel de comunidades y bases sociales.

Sobre esta base se populariza en la década de 1980 el paradigma conocido como democracia cultural, la cual sostiene que "(...) el progreso solo puede ser el resultado de la propia dinámica intensiva de la estructura sociocultural y de las circunstancias históricas de cada uno de las colectividades".

Se insiste en que su objetivo debía dirigirse a construir una mejor calidad de vida y no a la pérdida de los marcos de referencia. La preservación de la identidad cultural se convierte así en un propósito esencial de este modelo.

Con la aceptación de la dimensión cultural del desarrollo se pretende estimular la acción colectiva y autogenerada de todos los grupos sociales desde la propia comunidad y en las diversas esferas de la vida, ya sea en lo político, lo económico y en lo social. Los consumidores de cultura se convertirían bajo este modelo en productores de su propia realidad.

La democracia cultural y la dimensión cultural del desarrollo propician algunas modificaciones en la forma de interpretar las políticas culturales, la cual se amplía en MUNDIALCULT 1982, definiéndose como “(...) la manera en que se reconoce y favorece mediante un conjunto de medios de organización y el desarrollo económico social, el movimiento creador de cada miembro de la sociedad entera (Carcassés, 2006: 64). De ello se deduce que la política cultural es un asunto en que todos deben participar y que abarca todos los aspectos de la vida nacional (Carcassés, 2006: 64).

El volumen de teorizaciones y experiencias sobre la promoción y la animación cultural proliferan en esta etapa, destacándose un valor metodológico como medio para que los sujetos sociales puedan intervenir en la construcción de su entorno sociocultural.

El concepto de gestión en la cultura se plantea como una educación de estas funciones en el campo cultural. Por tanto, la administración de asuntos culturales basada en este enfoque pretende dejar de ser una prerrogativa de los directivos de las instituciones para extender las decisiones de la comunidad organizada.

La gestión, a su vez, añade a los procesos administrativos típicos como la planificación, el control y la evaluación, todas aquellas acciones que propicien espacios para la creación y el disfrute de la cultura, se encuentren enmarcadas o no en la radio de acción de una institución específica.

Concebida de esta manera, forma parte también de la gestión cultural el conjunto de procesos que favorecen la creación y el desarrollo de la cultura, a saber, la promoción, la animación, la preservación, la investigación, el financiamiento, la información, la formulación de recursos humanos y, en resumen, tantos aspectos como áreas y competencia comprenda la amplia cobertura de lo cultural en sus diversos escenarios socioculturales.

En etapas tempranas de la sociedad de clases, empezó a manifestarse con fuerza cierto elemental desarrollo cultural, y en especial en las sociedades esclavistas que alcanzaron mayor nivel artístico e intelectual. En la vida de la

cultura estaban incluidas todas las ramas del saber humano, y dentro de ellas el arte, aspecto sustantivo de lo que más tarde pasó a llamarse la cultura humanista.

Fue realmente el capitalismo, con el desarrollo de la industria y el notable y alto grado que alcanzó la división del trabajo, el que separó el arte del resto de las otras ramas del saber humano y lo convirtió en una actividad cada vez más especializada. El alto desarrollo de la especialización del trabajo provocada por el capitalismo, hizo marchar por un lado el arte y por el otro, a las disciplinas de carácter social, técnico y científico en general.

Esto constituyó en su momento una necesidad objetiva del desarrollo, más no solo el arte se separó de otras ramas de la cultura, sino que cada una de las manifestaciones del arte se fueron desvinculando de las restantes.

En el siglo XIX fue elaborada por Marx y Engels la concepción filosófica capaz de estudiar estos problemas y de ofrecer las fórmulas que servían de síntesis o de integración armónica a todas las ramas que constituyen el fenómeno de la cultura en general.

El materialismo dialéctico e histórico es el eslabón superior de la cultura humana. El socialismo científico se presenta como el elemento de integración y de análisis completo y armónico de integración y de análisis completo y armónico de toso los componentes de la cultura.

A lo largo de los siglos XIX y XXI, muy especialmente en las décadas que están transcurriendo, se han ido creando las condiciones materiales y técnicas indispensables para volver en un más alto nivel, como en forma de espiral, a una visión total, armónica e integradora de la cultura.

Integración no significa que el arte en sus distintas ramas y sus formas concretas de realización, tenga que ser exactamente igual que las restantes formas de expresión de la cultura. Integrar no quiere decir aplastar las partes componentes. Muy por el contrario, significa insertar a estas partes, de otra forma no habría verdadera integración.

El socialismo se propone alcanzar una forma superior de humanismo; vale decir también una forma superior de integración de todas las partes componentes de la cultura. No se trata de que el arte y la literatura deban imponerse sobre el resto de las ramas de la vida cultural, ni de someterse a ellas desde luego. Tal planteamiento sería irracional.

Se plantea que el arte necesita para el desarrollo ulterior de esa relación con todas las ramas de la cultura y dentro de ellas, por solo citar algunas, con la psicología, con la historia y, desde luego, con la formación filosófica y de tecnología. En la medida que el estudio del arte e incluso el arte mismo, se analice en su relación con otras ramas de la cultura, podrá alcanzarse la jerarquía que le corresponde; en la medida que se aíse o se separe o se le considere independiente de otras ramas de la cultura, el arte reduce su valor como tal.

El valor del arte está en su relación con la cultura y la vida social en general. El movimiento artístico y las experiencias artísticas en general cambian las técnicas modernas con las condiciones del crecimiento de la industria y el uso de las tecnologías de información y de comunicación, estas últimas constituyen un nuevo campo de estudio para diversas disciplinas sociales y en especial para las ciencias de la comunicación.

Una de las tareas más importantes y apremiantes que tiene el Ministerio de Cultura, se refiere a la investigación social e histórica vinculada con los hechos artísticos concretos. La evaluación del arte está relacionada con su evolución social e histórica, vinculada con los hechos artísticos concretos. La investigación sociológica e histórica, así como los estudios etnográficos en cada comunidad, con el objetivo de rescatar y llevar a cabo una mayor participación de la población en el hecho artístico y cultural, sobre la base de sus hábitos, costumbres y tradiciones.

Lo importante para dirigir y orientar la aplicación de la política cultural y para propiciar las condiciones organizativas indispensables a su desarrollo. Es necesaria la relación interdisciplinaria entre las diferentes artes. Estas tareas de

las políticas culturales sólo son posibles de alcanzar con el funcionamiento de un vasto sistema de organización y dirección e instituciones, empresas y organismos que inciden en el trabajo cultural.

CAPÍTULO II: CARACTERIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL DEL MUNICIPIO DE AMANCIO.

Durante la etapa colonial, los africanos, a pesar de la brutal opresión, se funden con lo español formando la base de lo que sería la cultura cubana.

En las primeras décadas del siglo pasado se conforman los rasgos esenciales de nuestra nacionalidad, la cual se va reflejando en el arte y la literatura.

Las luchas independentistas de nuestro pueblo afianzan la cultura nacional portadora de características propias y, a la vez, capaz de asimilar los elementos culturales universales.

José Martí, en su vida y su obra, es el más alto exponente de esa cultura cubana y de la identificación del intelectual hasta la muerte misma con la causa de su patria y de su pueblo. En las filas de los mambises, junto a los campesinos, a los artesanos y otros trabajadores de la ciudad, combatieron y murieron profesionales universitarios, artistas y escritores.

La revolución patriótica, antiimperialista y popular preconizada y dirigida por Martí, quedó trunca por la intervención yanqui en 1898. A partir de ese momento, el imperialismo norteamericano, arrogante y brutal, llevó a cabo su programa de neocolonización económica, política y cultural.

La neocolonia instaurada en Cuba supuso que las riquezas básicas pasaran a manos de los monopolios yanquis, que se ejerciera la política que más convenía a los designios de la nueva metrópoli, que se reprimiera al pueblo y se pusiera en marcha todo un plan de aplastamiento de la cultura nacional.

Durante la etapa colonial, los africanos, a pesar de la brutal opresión, se funden con lo español formando la base de lo que sería la cultura cubana.

En las primeras décadas del siglo pasado se conforman los rasgos esenciales de nuestra nacionalidad, la cual se va reflejando en el arte y la literatura.

Las luchas independentistas de nuestro pueblo afianzan la cultura nacional portadora de características propias y, a la vez, capaz de asimilar los elementos culturales universales.

José Martí, en su vida y su obra, es el más alto exponente de esa cultura cubana y de la identificación del intelectual hasta la muerte misma con la causa de su patria y de su pueblo. En las filas de los mambises, junto a los campesinos, a los artesanos y otros trabajadores de la ciudad, combatieron y murieron profesionales universitarios, artistas y escritores.

La revolución patriótica, antiimperialista y popular preconizada y dirigida por Martí, quedó trunca por la intervención yanqui en 1898. A partir de ese momento, el imperialismo norteamericano, arrogante y brutal, llevó a cabo su programa de neocolonización económica, política y cultural.

La neocolonia instaurada en Cuba supuso que las riquezas básicas pasaran a manos de los monopolios yanquis, que se ejerciera la política que más convenía a los designios de la nueva metrópoli, que se reprimiera al pueblo y se pusiera en marcha todo un plan de aplastamiento de la cultura nacional.

El presente capítulo fue concebido en tres epígrafes: el primero se refiere a la evolución histórica de la programación cultural del municipio de Amancio; el segundo corresponde al diagnóstico de la comunicación y el tercero a los resultados de métodos y técnicas empleados.

2.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL DEL MUNICIPIO DE AMANCIO. CARACTERIZACIÓN.

La programación cultural en el presente estudio es analizada como área fundamental donde se ejecutan las acciones contenidas en el Programa de Desarrollo Cultural, los objetivos y los proyectos artísticos e institucionales. Esta constituye el principal eslabón en el proceso de la comunicación de la Dirección de Cultura en Amancio, por lo que proponemos dividirla en dos etapas, una etapa antes del triunfo revolucionario y otra después del Primero de Enero de 1959, para ilustrar la evolución de la cultura en el municipio con la implementación de las diferentes políticas culturales, así como una referencia al estado actual de la programación cultural en el territorio.

1ra ETAPA ANTES DEL TRIUNFO DE LA REVOLUCIÓN.

El municipio de Amancio en su totalidad, es decir todas las comunidades que lo componen, tienen en su haber una interesante transformación, la que se puede apreciar desde nuestras primeras manifestaciones culturales que datan de la existencia de once comunidades aborígenes, dadas las evidencias encontradas en los diferentes residuarios donde ellas habitaban, como fueron el hallazgo de hachas petaloideas que constituyeron objetos culturales de gran valor histórico, cuencas de collar de piedras y vértebras de pescado, así como fragmentos de vajillas de barro encontrados en los asentamientos que existen en El Indio y el Kilómetro 6.

En el lejano 1873 ya puede asegurarse que existen tradiciones de música campesina en la zona, y así lo describe Máximo Gómez en su Diario de Campaña cuando dice: “El veintitrés de diciembre hice noche en Buena Ventura y los vecinos del lugar me obsequiaron con una cena y un baile, noche que pasé muy divertida con aquella buena gente”.

En la década del veinte del siglo pasado funcionó un cine silente al lado de lo que es hoy el Museo Histórico “Amancio Rodríguez Herrera” y otro al aire libre, donde se encuentra el cine-teatro “Yáquimo”; allí además de películas, se presentaban espectáculos de distintas compañías privadas de teatro vernáculo, procedentes de La Habana.

Según investigaciones realizadas, en este período comenzaron a escucharse la guitarra y el laúd; el canto guajiro desarrolló una variedad de tonadas que proliferaron en las zonas oriental y occidental del país, siendo el punto guajiro la manifestación musical más importante para el campesino, expresada por notables improvisadores de la época, entre los que se destacaban José Esteban López, Ernesto Castaña y Marcelino Reyes Díaz, quienes animaron las llamadas “Parrandas Campesinas”, en el paraje rural conocido como La Faldiguera.

También se conoce de la llegada a la comarca de algunos circos que atraían a grandes chicos por sus variados espectáculos, mientras fue creado el Club de los Jamaicanos, situado en el barrio de Los Mangos.

La historia de la presencia del órgano data de 1930, en que es introducido el primer instrumento cilíndrico; más tarde aparecen órganos de otros formatos de piezas de cartón, entre los que se encuentran “Palacio de Mistral” y el Órgano de Oriente. La tradición continúa en la década del cincuenta con Arístides Ajo, llegando a existir en esta época diecisiete órganos; aún hoy esa expresión se mantiene para amenizar verbenas y fiestas de barrios.

Cabe destacarse que las comparsas se remontaron a la década del cuarenta, debido a la influencia de los carnavales de San Juan de Camagüey y San Joaquín de Manzanillo.

La primera comparsa se llamó “Barba Azul”, liderada por Josefa Díaz y Diosmedes Pérez, y patrocinada por la cerveza Hatuey. En 1954 se presentó con gran vistosidad para el inicio de los carnavales San Francisco.

El obrero Mario Zayas es el precursor de los festejos populares que perduran en nuestros días, pero con características diferentes. Los anteriores fueron denominados “San Francisco” en honor al patrón religioso del pueblo.

La cultura de la región en el período entre 1925- 1940, tuvo poco avance; funcionaban dos sociedades de recreo, una para los socios blancos y otra para los negros y mulatos, denominadas la primera “Francisco Social Club” y la segunda “Unión Club”.

Las principales actividades de ambas sociedades eran los tradicionales bailes de fin de año y de la primavera para los que se contrataron excelentes orquestas. También contaban con una nutrida biblioteca donde los socios podían llevar libros para leer en sus casas, así como la prensa diaria. Las piezas más populares eran el danzón, el son, el bolero, el vals, el pasodoble, y para terminar se bailaba una conga por todo el salón.

Luego de la alborada luminosa del Primero de Enero de 1959, los locales de ambas asociaciones fueron convertidos en tres instituciones culturales: la Casa de Cultura “Sergio Reynó Reyna”, la Galería de Artes “Carlos Enríquez” y la Casa del Escritor “Nicolás Guillén”.

En 1950 surgen importantes poetas, entre ellos Israel González y en el asentamiento de Jerrones surge con sonoridad campesina el grupo “La raspadura”, formado por la familia Martí, más tarde se llamó “Los Martianos” y hoy es el conjunto Rumores del Yáquimo.

2da ETAPA DESPUÉS DEL TRIUNFO DE LA REVOLUCIÓN

De importante se califica la fundación en el año 1971 de la emisora Radio Maboas, por Haydée Santamaría Cuadrado y Armando Hart Dávalos. En 1972 se constituye el Sectorial de Cultura con una vasta red de instituciones, son ellas: la Galería de Artes “Carlos Enríquez”, el Museo Histórico “Amancio Rodríguez”, la Casa de Cultura “Sergio Reyna”, la Librería “Pedro Plaza”, la Biblioteca Pública “Julio A. Mella”, la Casa de la Música “Benny Moré”, la Casa del Escritor “Nicolás Guillén”, los cines “Yáquimo” y “Guayabal”, cuya labor incesante contribuyó el desarrollo de las manifestaciones del arte y la literatura como componentes esenciales en la formación del hombre nuevo.

En estas instituciones laboran 297 personas, de ellas cinco cuadros, nueve dirigentes, dieciséis especialistas, cuarenta promotores culturales y sesenta y un instructores de arte, de ellos cuarenta y ocho provienen de la Brigada “José Martí”, vinculados a los centros estudiantiles y diez prestan servicios en la Casa de Cultura “Sergio Reynó”.

Con el talento artístico antes expuesto comienza a consolidarse el trabajo de la cultura en el municipio, a lo que se une la firma de convenios colectivos de trabajo con el Ministerio del Azúcar (MINAZ), Educación, la Organización de Pioneros “José Martí”, la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), los Comités de Defensa de la Revolución (CDR) y la Federación de Mujeres Cubanas (FMC).

En la década de los 80 los amancieros despuntan como una gran potencia en la música, demostrando que es esta la manifestación artística de mayor auge, con destacados exponentes, entre ellos los grupos Santa Palabra y Arauca, este último logra en el año 1982 el Gran Premio del Concurso “Todo el Mundo Canta”, así como el Premio de la Popularidad y el que le otorgara el periódico Trabajadores. Asimismo, se consolida también el movimiento de instructores de arte.

La década de los 90 marca un hito importante en el sector de la cultura; se pone en práctica el sistema de dirección por objetivos, ejecutado a través del Programa de Desarrollo Cultural y la implementación de importantes proyectos culturales.

En 1995 se perfeccionó el Trabajo Cultural Comunitario Integrado, teniendo en cuenta como base fundamental las relaciones interinstitucionales, entre organismos, organizaciones y factores comunitarios, así como la vinculación de artistas profesionales, aficionados e intelectuales, en pos de alcanzar resultados superiores en el trabajo cultural, que inicia con el diseño de una estrategia que permitió atender con promotores culturales todas las zonas rurales y periféricas.

En 1996 Solyarte se materializa en la comunidad de Guayabal con el objetivo de promover y rescatar las tradiciones del hombre de mar, con avances ostensibles como:

- Rescate de importantes tradiciones: Rincón del Bolero, Serenatas y Verbenas.
- Inauguración de una casa-biblioteca y un museo de la comunidad.
- Construcción de un monumento en homenaje a la toma de Guayabal por los mambises.
- Se develó una placa en la vivienda donde residieron Clemencia Cabrera y Hermógenes Clark, destacados combatientes revolucionarios.

- Impulso a un movimiento de construcción de vivienda que se mantiene hasta la fecha, mostrándose una transformación en el entorno y mejores condiciones de vida para sus pobladores.
- Se materializa el evento Solyarte como ejemplo del desarrollo de trabajo de creación artística y literaria referente a esta tradición mediante los concursos “La Plástica en el Litoral”, “Canción Solyarte” y “Mundo Marino”, además de exposiciones de la cultura material, culinaria y artesanía de esta comunidad costeña.

Indio 40: dedicado a conmemorar el aniversario 40 del poblado de El Indio, el primero de su tipo construido por la Revolución y muy relacionado con el desalojo de Las Maboas.

Proyecto Cultura de Barrio: dedicado al rescate de tradiciones y de transformación sociocultural mediante la realización de actividades con el talento de la comunidad y los factores de los barrios. Esta actividad permitió elaborar un diagnóstico de todas las comunidades y el levantamiento del potencial artístico y cultural con que contaba la zona, así como la promoción de nuevos artistas aficionados.

Los proyectos de creación artística y literaria alcanzan en este período su máximo esplendor, cabe destacarse el proyecto infantil “Granitos de Azúcar”, de gran aceptación para niños y adultos. Se consolida un fuerte movimiento literario y en 1990 se desarrolla el Primer Encuentro del Taller Literario Municipal, el que ha continuado en la actualidad.

La misión de este sistema institucional es la de promover el quehacer artístico del territorio y la participación en las actividades culturales tanto del público interno como externo, la protección y difusión del patrimonio cultural, sin descuidar el desarrollo del trabajo comunitario sobre la base de las investigaciones realizadas y la cohesión de los organismos y organizaciones que intervienen en la ejecución del Programa de Desarrollo Cultural.

No resulta contradictorio afirmar, por tanto, que la programación es un proceso donde resulta de vital importancia la correcta utilización de las herramientas e instrumentos que permitan la eficacia de la comunicación.

La programación cultural constituye en gran medida la imagen de la entidad, ya que irradia el quehacer artístico y cultural que se pone a consideración de los diferentes públicos, los que exigen diversidad en su ejecución; es decir, actividades para diferentes grupos etéreos, donde se deben tener en cuenta gustos y preferencias en cada uno de ellas y son el medidor por excelencia del nivel de calidad y la aceptación del pueblo. Por lo que para el diseño y ejecución de las actividades se deben realizar de forma periódica estudios de los públicos, tanto interno (los encargados del diseño y ejecución, estos son los trabajadores del sector de la Cultura y los organismos implicados como Educación, MINAZ, Salud, UJC, ANAP, MININT, CDR, FMC y las asociaciones de discapacitados) se clasifican como internos porque juegan un rol muy importante en los proyectos que lleva a cabo la cultura, como los externos, (población) y se examine de forma periódica a fin de lograr una correcta imagen y mantenerla.

2.2- DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN

Cuando se hace referencia a la programación como proceso, es porque dentro de este amplio plan de actividades, deben tenerse en cuenta una serie de elementos que incluye todas las formas de expresión: simbolismo, comunicación y comportamiento. Por medio de la programación la Dirección Municipal de Cultura en Amancio revela su personalidad. Su esencia se denota en la suma total de todas las formas de expresión que la entidad utiliza para ofrecer una perspectiva de su naturaleza: "lo que es", "lo que se hace" y "lo que dice".

La imagen del sector depende de la programación cultural; de la calidad y el cumplimiento de las actividades diseñadas depende la reputación de la dirección y las relaciones que establece con su red de instituciones, empresas y

la sociedad en su conjunto; es de vital importancia en aras del desarrollo social y del mejoramiento humano y pueden constituir importantes fortalezas en el campo de la gestión y la imagen en sectores diversos como es el cumplimiento de los convenios colectivos de trabajo, con diversas acciones, permiten el aseguramiento de las actividades culturales.

Este aspecto ha confrontado serias dificultades ya que una de las principales deficiencias detectadas en el diagnóstico está relacionada con la no participación de estos organismos en el Taller Municipal de Programación, restándole calidad y dificultando la comunicación externa e interna de este proceso, pues actividades en las que estas entidades tienen incidencia o responsabilidades, no se aseguran adecuadamente.

De tal modo que el mensaje les llega con mucho ruido y en la mayoría de los casos cuando responden a la tarea es porque se ha hecho cumplir por directiva por las instancias superiores, como es el Partido o el gobierno, asignándoles obligaciones en el cumplimiento de determinadas acciones.

Estas deficiencias se han hecho evidentes en la realización de eventos como la Jornada Cucalambiana, Solyarte, Improvisur y otras actividades culturales programadas para los fines de semana, conllevando dificultades en el traslado del talento artístico y equipos de audio, lo que trae consigo que el público convocado a participar se irrite y haga concesiones erradas de la Dirección de Cultura.

La Dirección de Cultura en el municipio Amancio ha convocado en reiteradas ocasiones a una actividad, en la que los diferentes organismos hacen solicitudes de otras que requieren un nivel de aseguramiento de talento, audio y escenografía, un día antes de la fecha prevista, sin tener en cuenta que cada actividad tiene un diseño donde se elabora el discurso en correspondencia con el hecho artístico y cultural. Esto da la ingenua sensación de que los trabajadores y directivos del sector tienen en sus manos una suerte de “varita mágica” para resolver estos problemas con urgencia, dificultando así la comunicación organizacional del sector.

De modo general, se observa que es importante perfeccionar los nexos con organismos, organizaciones, grupos poblacionales y personalidades a través de su incorporación al Taller Municipal de Programación, para el análisis y toma de decisiones sobre actividades que les concierne, alejándose de trabas organizativas que obstaculizan el desarrollo del trabajo cultural e interfieren en el proceso de la comunicación con el público interno y externo, aunque se hace necesario, a propuesta de la autora, que los talleres de programación partan de la base, es decir, de los propios Consejos Populares donde existe una dinámica estructura formada por los consejos comunitarios a ese nivel, encabezados por el presidente del Consejo, los delegados de circunscripción, coordinadores de los CDR, la FMC, miembros de la familia, la Asociación de Combatientes, promotores culturales y todos los que de una forma u otra tienen que ver con la elevación de la calidad de vida de nuestras comunidades.

A partir de esta realidad sería mucho más factible que se discutieran con un mes de antelación las actividades culturales, artísticas y recreativas a desarrollar en cada zona; esto permite que se tenga en cuenta los intereses de la población, pero a su vez garantizar por medio del trabajo comunitario una serie de aseguramientos, que en muchos casos la Dirección de Cultura no puede resolver, contribuyendo a que la comunidad crezca en forma de espiral, es decir, dejaría de ser unidireccional, además la comunidad se verá reconocida, motivada.

Las propuestas y acuerdos que emanen de este taller a nivel de Consejo, se llevan al Taller Municipal mediante el promotor cultural o del especialista de la entidad que participe en el mismo.

Estos mecanismos devienen en sistema efectivo para canalizar las iniciativas de los vecinos en comunidades pequeñas, al producirse casi simultáneamente las demandas colectivas y la acción conjunta.

Abre nuevos horizontes en cuanto a las investigaciones e introduce los resultados de los mismos en la práctica, traza estrategias de desarrollo en diferentes campos de la cultura mediante la participación de creadores, el

talento del barrio, promotores, especialistas y dirigentes de instituciones culturales, a través de los cuales se establecen relaciones directas con los gobiernos y organismos sociales involucrados en su radio de acción.

Propicia el desarrollo de múltiples proyectos de barrio auspiciados por los creadores, médicos de la familia e instituciones docentes que promueven diversas formas de animación dirigidas a la población en general o a sectores específicos como niños, jóvenes y personas de la tercera edad, los cuales en muchos casos, se pronuncian por una acción donde lo social tiene un peso fundamental.

Las concepciones del trabajo cultural de hoy en Cuba, el contenido de la promoción no ha variado, ya que se mantiene como líneas básicas de la política en ese campo el estímulo a la creación artística y literaria, y a la creatividad y participación del pueblo en la cultura, la que se asume desde una postura renovadora que legitima la capacidad protagónica de las mayorías en la construcción de su proyecto cultural desde el nivel local o comunitario.

La animación sociocultural permite canalizar esta posibilidad por medios de los Consejos Populares y en cada circunscripción y otros fórmulas asociativas que la realidad demanda, valiéndose de métodos específicos, con los cuales cambia la independencia como acción social que complementa y renueva la labor de promoción y establece los canales correspondientes en el proceso de la comunicación.

La Dirección de Cultura en Amancio tiene disímiles características pues comercializa productos variados, es decir, desde el talento artístico que lo conforman todas las manifestaciones del arte y la literatura, hasta las producciones de libros que se ofertan en las librerías, el arte cinematográfico con las proyecciones de películas en las dos salas del municipio, productos artesanales en las tiendas del Fondo Cubano de Bienes Culturales, pero a su vez, compra producciones artísticas que provienen de los centros provinciales de la música, Artes Escénicas, Centro del Libro y Arte Circense. Todo con el marcado propósito de materializar una programación cultural variada que

responda a las necesidades espirituales del pueblo y contribuye al desarrollo de una cultura general integral.

Cuando nos referimos al proceso de la programación cultural como herramienta fundamental en la comunicación con los diferentes públicos y al diseño de un plan de acción de relaciones públicas, no podemos dejar de mencionar algunos aspectos que si bien se corresponden con la comunicación organizacional, interfieren de forma directa en la eficaz materialización de la programación. Algunos de ellos quedarán aquí simplemente apuntados, como incitaciones para futuras investigaciones.

Nos limitaremos, por tanto, a aquello que creemos más importante y posible de abarcar, pero que en realidad, debe ser resuelto para lograr mayores resultados en la comunicación interna de la entidad, ya que no es posible la regulación externa sin una autorregulación interna, pero que también quedará enumerado.

Partiendo de que la comunicación organizacional, como disciplina del campo de las Ciencias Sociales centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en la organización a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros y entre éstos y el público externo en su misión de fortalecer la identidad y mejorar el desempeño de la entidad, se deben tener en cuenta algunos elementos que no logran una correcta aplicación de la comunicación en el sector de la Cultura.

Insuficiente preparación y dominio del trabajo que debe desarrollar el equipo técnico responsabilizado con el asesoramiento técnico-metodológico, dado por la inestabilidad de especialistas claves en la conducción del trabajo cultural, entre los que se encuentran los cargos de director municipal, especialistas de programación cultural, divulgación e investigación, directores de la Casa de Cultura, técnicos de recursos humanos, subdirectores técnicos artísticos, los que en la mayoría de los casos no conocen o no llegan a conocer y dominar el trabajo por medio del Programa de Desarrollo Cultural, que es materializado

mediante la programación y a su vez obstaculizan el proceso de comunicación de la entidad con ambos públicos.

A esto se agrega la carencia de conocimiento en la elaboración de diagnóstico, evaluación, estudio de públicos e insuficiente labor de promoción, difusión e información de la actividad cultural (las informaciones son escuetas, y en ocasiones no llega el mensaje con la calidad requerida).

En el decursar de la investigación se pudo constatar que en las áreas de resultados claves de la programación y comercialización se encuentran enumerados criterios de medidas y acciones en pos de promover la participación del público en las diferentes actividades, tienen diseñadas campañas promocionales con objetivos claros y precisos que les permiten darle tratamiento a estas acciones antes, durante y después de cada evento; es decir, cobertura informativa, de divulgación, pero las mismas descansan sólo en los eventos más importantes. Quiere decir que el accionar sistemático de actividades los fines de semana, las visitas dirigidas a la Galería de Artes, el Museo y otras exposiciones, así como actividades que se realizan en las comunidades carecen del mismo tratamiento que las que se ejecutan en los propios eventos, donde se elaboran programas, catálogos, sueltos, menciones, spots radiales, propaganda gráfica e invitaciones directas, entre otras.

Es necesario llevar a cabo dentro de la entidad un plan de acciones de comunicación para introducirse plenamente en la organización de la programación cultural, ya que esta funciona como el patrón de decisiones dentro de esta empresa que determina sus objetivos, fines y métodos.

Además, existen las condiciones para lograr una mayor descentralización de las acciones culturales con el fin de favorecer la gestión de las instituciones culturales teniendo en cuenta el presupuesto asignado y proporcionan un funcionamiento basado en las necesidades detectadas en cada comunidad y realizar los resultados de las evaluaciones por los impactos sociales en su entorno inmediato.

Formar técnicamente los recursos humanos para el nuevo estilo de gestión en la cultura e involucrar en esto no sólo aquellas personas vinculadas directamente al sector cultural, sino a todos los que contribuyan desde diversos escenarios y esferas de desarrollo.

Se deben seguir intensificando las investigaciones del público interno (trabajadores, directivos, especialistas del equipo técnico-artístico) para relacionarlos con temas, explorar sus necesidades de aprendizaje de la comunicación, y junto a sus colectivos pueden realizar una estrategia de comunicación que les permita aplicar técnicas y métodos más efectivos en el estudio del público externo y conocer criterios del producto y los servicios que presta la entidad. Además estos conocimientos les permiten interiorizar a los directivos que las Relaciones Públicas son de vital importancia ya que tienen como finalidad principal la gestión de la imagen institucional mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- Gestión de las comunicaciones internas: permite conocer los recursos humanos de la entidad y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- Gestión de las comunicaciones externas: toda entidad debe darse a conocer a sí misma y a su público externo; esto se logra con la vinculación con otros organismos, organizaciones e instituciones financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
- Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmita sea veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Trabajo con otras disciplinas y áreas: el trabajo de todas las Relaciones Públicas debe tener una sólida base humanista, con formación en psicología (psicología y relaciones humanas). Se trabaja con personas y, por ende, es necesario comprenderlas.

2.3- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS.

Para realizar el plan de acciones de Relaciones Públicas fue necesario tener un conocimiento previo profundo de la Dirección Municipal de Cultura, y particularmente de su situación comunicativa; es decir, una investigación que nos permitiera no sólo conocer sus problemas, sino también sus potencialidades, su entorno, políticas, recursos humanos y financieros, sus públicos internos (trabajadores del sector y organismos implicados en el trabajo cultural), y externos (diferentes grupos etéreos a los que van destinadas las actividades de la programación cultural).

Para ello fueron aplicados diferentes técnicas y métodos encaminados a entrevistar el personal clave dentro y fuera de la Dirección Municipal de Cultura en Amancio, con el objetivo de obtener el conocimiento que se necesitaba de la misma; se hizo un análisis profundo de la documentación existente, es decir, de todo el material normativo o de difusión que utiliza la entidad, así como el empleo de la observación tomando en consideración desde los comportamientos de los trabajadores y organismos que diseñan, ejecutan y evalúan la programación cultural de Amancio, hasta el público a la que está destinada. Fue necesario utilizar como muestra 300 personas, compuesta por adolescentes, jóvenes y adultos, arrojando los siguientes resultados:

De las 300 personas escogidas como muestra, 100 prefieren la música para un 33 %, 60 se inclinan por el teatro (20 %), 55 optaron por la danza (18 %), por las artes plásticas votaron 40, representando el 14 %, en tanto 35 (12 %) expresaron su gusto por la literatura y sólo un 3 % (10 personas), gustan de actividades de corte cinematográfico y recreativo, con mayor predominio entre los jóvenes (ver anexo I).

Para evaluar la efectividad de la programación cultural y conocer los medios que utiliza la entidad en el proceso de la comunicación con el público externo, el 60 % adquirió la información por la radio, el 25 % lo hizo por boca de otras

personas, un 10 % mediante las carteleras de las instituciones culturales y el 5 % las desconoce (no participa en las actividades).

El 40 % de los encuestados dijo conocer de los diferentes eventos que auspicia la Dirección Municipal de Cultura, el 30 % conoce de algunos de estos eventos, mientras que un 25 % solo se refiere a las Jornadas Cucalambeanas, el Solyarte, carnavales, las Jornadas de la Cultura y el Festival de la Guaracha.

Por su parte, el 5 % asocia la programación con otras opciones como los bailables, proyectos socioculturales en barrios y el quehacer cotidiano de las diferentes instituciones de la localidad.

Aunque ha habido avances en la reanimación cultural de las comunidades del municipio de Amancio, se hace imprescindible insistir en la diversificación de las acciones, la estabilidad, divulgación y calidad de las actividades, y así como acompañarlas de una evaluación de su impacto social.

De todas las dificultades analizadas se infiere que los procesos comunicativos en la Dirección Municipal de Cultura se ven afectados por disímiles barreras que impiden la relación entre los públicos y la entidad; es por ello que las Relaciones Públicas son por tanto una mediación comunicacional entre la entidad y sus públicos, ya que disponen de una gama de acciones que se estructuran con facilidad, a la vez que se implementan en la programación cultural del municipio de Amancio y permiten integrar los intereses de ambos, de modo que los resultados favorezcan que la población disfrute del hecho artístico y cultural.

Conjugar los propósitos expuestos requiere de un punto de intersección de estas tendencias, que facilite el equilibrio entre lo más auténtico de la cultura comunitaria y lo más representativo de la cultura universal, tanto en el campo material y espiritual como en los diversos aspectos del arte, la ciencia y la técnica.

El diseño de la programación cultural exige un estudio preliminar y completo posible, o sea un diagnóstico sobre la base de los intereses de los diferentes

grupos etéreos, el presupuesto asignado por meses, las condiciones técnicas y materiales, así como una acertada divulgación con el uso de los medios de comunicación y los recursos aprovechables de papel, cartulina y otros materiales para que el mensaje llegue al público sin ruidos y se pueda consumir el objeto social de la entidad.

La programación como vía de comunicación desde y hacia los diferentes públicos está vinculada al funcionamiento del estilo de comunicación como la forma en que la entidad organiza, planifica, dirige y evalúa el proceso en la interacción con los demás.

En los instrumentos aplicados se pudo comprobar que el medio más utilizado para la divulgación de las actividades culturales es la radio local, pero no se aprovechan todas las potencialidades que brinda la misma en su programación habitual (revista informativa Difusión, Al Momento, revista cultural Aquí Costa Sur, Catauro, Tiempo, boletines noticiosos, stocks de propagandas, entre otros) por lo que se debe diseñar un cronograma de participación y comparecencias en los diferentes espacios, previa coordinación con los directivos de la emisora Radio Maboas y de esta forma promover y despertar el interés de los públicos por las distintas manifestaciones del arte y la literatura.

CAPÍTULO III: PLAN DE ACCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS

La planificación es en la práctica un curso de acción activado por una serie de decisiones, y responde a la formulación común de qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo, quién debe hacerlo, qué medios utiliza para hacerlo y cuánto cuesta. Estos aspectos hay que tenerlos en cuenta para el diseño de un plan de acciones de Relaciones Públicas, encaminado a fortalecer la programación cultural del municipio de Amancio.

Las Relaciones Públicas constituyen un valioso instrumento para establecer la mejor comunicación e integración entre los grupos sociales, su aplicación en la regulación externa de la programación cultural del municipio de Amancio, logra la activa y consciente participación de los trabajadores del sector de la cultura en los proyectos que se proponen llevar a cabo a corto, mediano y largo alcance.

A partir de los resultados, mediante la aplicación de los diferentes métodos y técnicas se aprecian marcadas dificultades en el diseño, ejecución y evaluación de la programación cultural, debido al insuficiente conocimiento de las Relaciones Públicas para lograr una eficaz comunicación con los diferentes públicos.

En la encuesta aplicada para conocer las diferentes formas de promover las actividades culturales y los medios que se utilizan se pudo comprobar que el medio más utilizado es la radio, específicamente la emisora Radio Maboas, pero en el contacto directo con especialistas y periodistas, se hace referencia a que las informaciones y las comparencias de algunos de los especialistas del sector carecen de un amplio contenido informativo, de la fluidez y los ganchos promocionales que se requieren para que el mensaje llegue con el menor ruido posible al público. Además los spots radiales, por las características que tienen, se hacen necesarios en la divulgación y existe la posibilidad de ubicarlos en los cambios de programas dentro de aquellos especializados en el tema cultural.

Para la realización del plan de acciones fue necesario conocer las necesidades de los diferentes públicos y sus expectativas en relación con la entidad y el

producto artístico y cultural que ofrece por medio de las actividades contenidas en la programación cultural, la revisión de las políticas institucionales que no están contribuyendo a una adecuada relación con los diferentes públicos y se llevarán a cabo actividades para resolverlas, en conjunto con los diferentes interlocutores de la entidad.

Con esto, la Dirección Municipal de Cultura en Amancio ganará aceptación por parte del público externo (población), propiciará su integración a la comunidad de la que forma parte, la principal meta es lograr una percepción homogénea de la entidad por parte de sus públicos, y obtener opiniones y actitudes favorables por parte de la población y los organismos que intervienen en la política cultural del territorio, que constituyen su ámbito de relación fundamental.

Para la evaluación del plan de acciones de Relaciones Públicas consideramos que para llevar a vías de hecho este proceso, hay que aplicar nuevamente los instrumentos utilizados para el diagnóstico, con el fin de comparar el estado de las Relaciones Públicas y la percepción de la entidad antes y después de la aplicación y de la ejecución de las actividades programadas, para determinar en forma tangible el beneficio que recibió la Dirección Municipal de Cultura con el fortalecimiento de la programación cultural, mediante las acciones de Relaciones Públicas.

La aplicación de encuestas, entrevistas y la observación participante aporta a la entidad un medio cuantitativo para medir los logros y la calidad de las acciones, permite comprobar si los objetivos se cumplen y en qué medida hay que hacer ajustes necesarios, una vez que los resultados de la evaluación del plan sean informados por el director general a su equipo de dirección en las reuniones de coordinación y en el Taller Municipal de Programación.

El sistema de control que se aplicará es la observación personal del desarrollo o ejecución de estas acciones por parte del especialista de divulgación y el equipo técnico-artístico (Grupo Técnico Asesor), ya que evalúa todas las actividades que oferta la entidad y en reuniones se discuten los resultados.

En la interacción con el público externo, sus miembros plantean conocer las instituciones culturales y la existencia de las carteleras en cada de las instituciones culturales con las actividades dirigidas a los diferentes segmentos poblacionales, aunque se observa que carecen de una breve sinopsis que informe al público en qué consiste la actividad, ya que en ocasiones solo se dice el nombre de la actividad, como por ejemplo Musicoral, pero se desconoce que es una opción para disfrutar de la música interpretada por coros. Aparentemente, estos “detalles insignificantes” no son estudiados desde el punto de vista comunicativo e interfieren la comunicación con el público asistente a las actividades que se desarrollan en cada una de las instituciones.

Otro sistema de control es el monitoreo que se realice a los diferentes programas radiales y televisivos para constatar en el terreno la calidad de las informaciones y comparencias, así como el impacto logrado mediante la participación popular en las actividades.

Los planes de Relaciones Públicas están dirigidos a uno o varios grupos de interés para la entidad, por lo que el plan de acciones que se propone tiene como públicos metas los siguientes:

Público interno: Trabajadores de la Dirección de Cultura y los organismos implicados en el Programa de Desarrollo Cultural.

Público externo: La población que recibe el producto artístico y cultural, dividido en diferentes grupos etéreos (niños, jóvenes, adultos y de la tercera edad).

El período de aplicación de este plan de acciones de Relaciones Públicas está diseñado para que se ejecute en un período de un año.

3.1. PLAN DE ACCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS

Objetivo estratégico: Proponer un plan de acciones de Relaciones Públicas que contribuya a fortalecer la programación de la Dirección Municipal de Cultura en Amancio en el proceso de intercambio con el público interno y externo.

No	Acciones	Medios de Comunicación	Fecha	Ejecuta	Público de destino	Objetivo específico de Comunicación
1	Confeccionar propaganda gráfica para la divulgación de las actividades y eventos.	Soporte gráfico	Mayo-Diciembre 2009	Público Interno (trabajadores de cultura)	Público externo (diferentes grupos etéreos)	Ampliar los soportes gráficos y audiovisuales en la divulgación de las actividades para propiciar mayor participación del público externo en el hecho artístico y cultural.
2	Promover la página Web de la entidad en diferentes espacios.	Técnicas informáticas	Mayo-Diciembre 2009	Público interno	Público externo	
3	Promover los materiales digitalizados referentes a la realización de diversas actividades eventos y festivales (Cucalambéanas,	Salas de TV del Municipio, Casa de Cultura, Salas de videos, Cines Guayabal y Yáquimo	Julio, Agosto, Octubre y Diciembre de 2009	Público interno	Público Externo	

	Jornadas de la Cultura, Festival de la Guaracha, entre otros)					
4	Realizar spots televisivos y radiales de los principales eventos que realiza la entidad	Radio Maboas, Victoria, TV local y Tunas Visión	Mayo, Junio, Septiembre, Octubre y Diciembre de 2009	Público interno	Público Externo	Materializar campañas promocionales para garantizar la participación del público interno en eventos, festivales y actividades culturales.
5	Desarrollar conferencia de prensa para dar promoción a las actividades que desarrolla la entidad (Eventos y festivales)	Radio Maboas, Victoria, TV local, Tunas Visión y Periódico 26	Mayo, Junio, Septiembre, Octubre y Diciembre de 2009	Público interno	Público Externo	
6	Comparecencias en la Radio y la TV para divulgar el quehacer artístico y cultural del municipio de Amancio, así como despertar el interés por las diferentes	Radio Maboas y TV local	Mayo – Diciembre 2009	Público interno	Público Externo	Materializar campañas promocionales para garantizar la participación del público interno en eventos, festivales y actividades culturales.

	manifestaciones del arte y la literatura.					
7	Promover las principales tradiciones culturales y la historia de la localidad (poner a la consideración del público la multimedia “Un siglo de cultura azucarera”	Salas de TV, soportes audiovisuales de los centros estudiantiles y Casa de Cultura	Septiembre – Diciembre de 2009	Público interno	Público externo	
8	Crear una cartelera gigante para divulgar las actividades culturales.	Propaganda gráfica	Diciembre de 2009	Público interno	Público externo	

Según las acciones diseñadas se concibió el siguiente soporte financiero desglosado en:

Spot Televisivo	8.7 MN	Desglosado a razon de cuatro al año destinados a: SOLyARTE, Jornada de la Cultura, Guaracha, Cucalambeana (Realizar en Tunas Visión)
Hojas de papel	3.5 MN	Boletines, catálogos e invitaciones
Pliegues de papel	5.3 MN	Propaganda gráfica
Teléfono	0.9 MN	Coordinaciones promocionales
Transporte	9.3 MN	Traslado de talento artístico, audio y luces
Compra de materiales	7.2 MN	Cartelera Municipal
Alimentos	8.2 MN	Meriendas, Buffet, Almuerzo, Comida
Total	43.10 MN	

IV. CONCLUSIONES

La realización del presente trabajo permite arribar a las siguientes conclusiones:

A partir del estudio, análisis y síntesis de los fundamentos derivados del problema se detectaron los elementos que permitieron demostrar que los procesos comunicativos en la Dirección Municipal de Cultura en Amancio se ven afectados por disímiles barreras que obstaculizan la relación entre los públicos y la entidad, por lo que el plan de acciones de Relaciones Públicas que se propone contribuye a perfeccionar la programación y propicia una mayor participación de la población en el hecho artístico y cultural.

V. RECOMENDACIONES

- ☞ Retomar el Consejo Cultural Comunitario con la membresía de todos los organismos y organizaciones que interviene en el Programa de Desarrollo Cultural.
- ☞ Realizar talleres de programación a nivel de Consejos Populares.
- ☞ Hacer un uso más eficiente de los medios de comunicación.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Arana Ercilla, Martha y Nuris Batista Tejeda. La educación en valores en la formación profesional, por L. López Bombino en *Ética y Sociedad*, tomo 2, Editorial Félix Varela, La Habana, 2002.

Araujo Sánchez, Diego. "Medios: regulación y autorregulación". Chasqui No. 61, 1998. Quito. 25/02/04/14:40 hs. En www.chasqui.com

Alonso, Margarita y Saladrigas, Hilda. Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica. La Habana, Editorial Félix Varela. 2002.

Almazán del Olmo y Pedro Torres Moré. Panorama de la Cultura Cubana, Editorial Félix Varela, La Habana, 2006.

Álvarez Durán, Yamel. Imagen corporativa, Teoría y práctica desde un enfoque psicológico, Ed. Ciencias Sociales, La Habana, 2000.

Bustamante, Enrique (coordinador). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona. Gedisa. 2003.

Compendio de lecturas acerca de la cultura y la educación estética, Editora Política, La Habana, 2000.

Capó Ortega, María Elena y Leyma Hidalgo Valdés (comps). Historia de la Cultura Cubana, Selección de Lecturas, Ed. Félix Varela, La Habana, 2006.

García Luis, Julio. Ética y Deontología de la Comunicación Social, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

García Ravelo, Margarita y colectivo de autores. Las teorías acerca del subdesarrollo y el desarrollo: una visión crítica, Ed. Félix Varela, La Habana, 2007.

García Toirac, Yanet. Selección de lecturas sobre fundamentos de publicidad, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

González Castro, Vicente. Profesión Comunicador, Ed. La Habana, 1989.

González Rodríguez, Nidia. Trabajo comunitario, Selección de lecturas, Ed. Félix Varela, La Habana, 2006.

Ibarra Martín, Francisco y coautores. Metodología de la investigación social, Ed. Félix Varela, La Habana, 2001.

Kolominski, L. Ya. La psicología de la relación recíproca en los pequeños grupos, Ed. Pueblo y Educación, 1984.

Portal, Raiza y otros. Selección de Lecturas sobre Comunicación Social, s/e, La Habana, 2000.

Portal, Raiza. Comunicación y comunidad, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

Rodríguez Basail, Alain y Daniel Álvarez Durán (compiladores). Sociología de la cultura, tomos I y II, Ed. Félix Varela, La Habana, 2004.

Martín Barbero, Jesús. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía, Gustavo Gil, México, 1987.

Martín Serrano, Manuel. Comunicología. Temas actuales, Ed. Félix Varela, La Habana, 2006.

Moreno Aragón, Jorge. Gestión de proyectos sociales y culturales, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

Piedra Rodríguez, Mario y Colectivo de Autores. Manual de Relaciones Públicas, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

Las Tunas a través del tiempo, autores varios, Ed. Sanlope, Las Tunas, 2007.

La Gaceta de Cuba, No. 4, julio-agosto 2006. Políticas culturales e investigación, recurso y método, Lázaro y Rodríguez, p. 50-53.

Selección de lecturas de Cultura Política, Ed. Pueblo y Educación, La Habana, 2001.

Segura Jiménez, Rolando (compilador): En torno a la televisión, Ed. Félix Varela, La Habana, 2004.

Sampier Hernández, Roberto. Metodología de la investigación, Tomos I y II, Editorial Félix Varela, La Habana, 2004.

Teorías de la recepción en la comunicación de masas, Ed. Pablo de la Torriente, La Habana, 1999.

rilles Rodríguez, Irene, Julieta Meriño Ortega y Arnulfo Espinosa Rodríguez. Comunicación, imagen e identidad corporativas, Selección de lecturas, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

Temas sobre la actividad y la comunicación, Colectivo de Autores, Ed. Ciencias Sociales, La Habana, 1989.

Valdivia Pairol, Gladis E: La orientación hacia el desarrollo profesional como forma de la autorregulación de la personalidad, Ed. Pueblo y Educación, La Habana, 1997.

Wolf, Mauro: La investigación de la comunicación de masas, Ed. Félix Varela, La Habana, 2005.

VII. ANEXOS.

ANEXO I

Encuesta:

Objetivo: Conocer las preferencias del público externo acerca de la programación cultural y las vías por las cuales se informan las actividades que oferta la Dirección Municipal de Cultura en Amancio.

Estimado colaborador: la presente encuesta está dirigida al estudio que sobre la programación cultural realiza la Dirección de Cultura en Amancio, por lo que su colaboración puede ser útil en el perfeccionamiento de la misma.

Gracias

CUESTIONARIO

- 1- De las manifestaciones del arte y la literatura, marque con una X las de su preferencia.

Danza Música Teatro Artes plásticas Literatura
 Otras

- 2- ¿Conoces los eventos que organiza la Dirección Municipal de Cultura en Amancio?.

¿Cuáles prefiere y por qué?.

- 3- ¿Qué actividades caracterizadoras de las que se ofertan en las diferentes instituciones culturales le resultan atractivas?.

- 4- ¿Por qué medios de comunicación te informas de las actividades culturales?.
Marca con una X:

Radio Televisión Prensa Otros medios.

ANEXO II

Entrevista:

Objetivo: Conocer el proceso de diseño, ejecución y evaluación de la programación cultural en el municipio de Amancio.

Compañero (a): La presente entrevista es de vital importancia en el estudio que sobre la programación cultural se está desarrollando en la Dirección Municipal de Cultura en Amancio. Agradecemos su colaboración.

CUESTIONARIO

- 1- Refiérase al proceso de diseño, ejecución y evaluación de la programación cultural, así como al papel que desempeña su institución o el organismo que representa en dicho proceso.
- 2- ¿Son consultados todos los factores que intervienen en el proceso de la programación cultural?
- 3- ¿Cómo funciona la comunicación entre la Dirección Municipal de Cultura en Amancio y el organismo que Usted representa?
- 4- ¿Con qué frecuencia participa en el Taller Municipal de Programación? (mensual, trimestral, semestral, una vez al año)
- 5- ¿Cómo se realizan los estudios de públicos?
- 6- ¿Se tienen en cuenta los intereses del público en el diseño de la programación?.
- 7- ¿Qué vías utiliza su institución cultural para informar al público de las diferentes actividades?

Si desea referirse a algún otro elemento que aporte al estudio de la programación cultural, se lo agradecemos.

ANEXO III

Observación científica

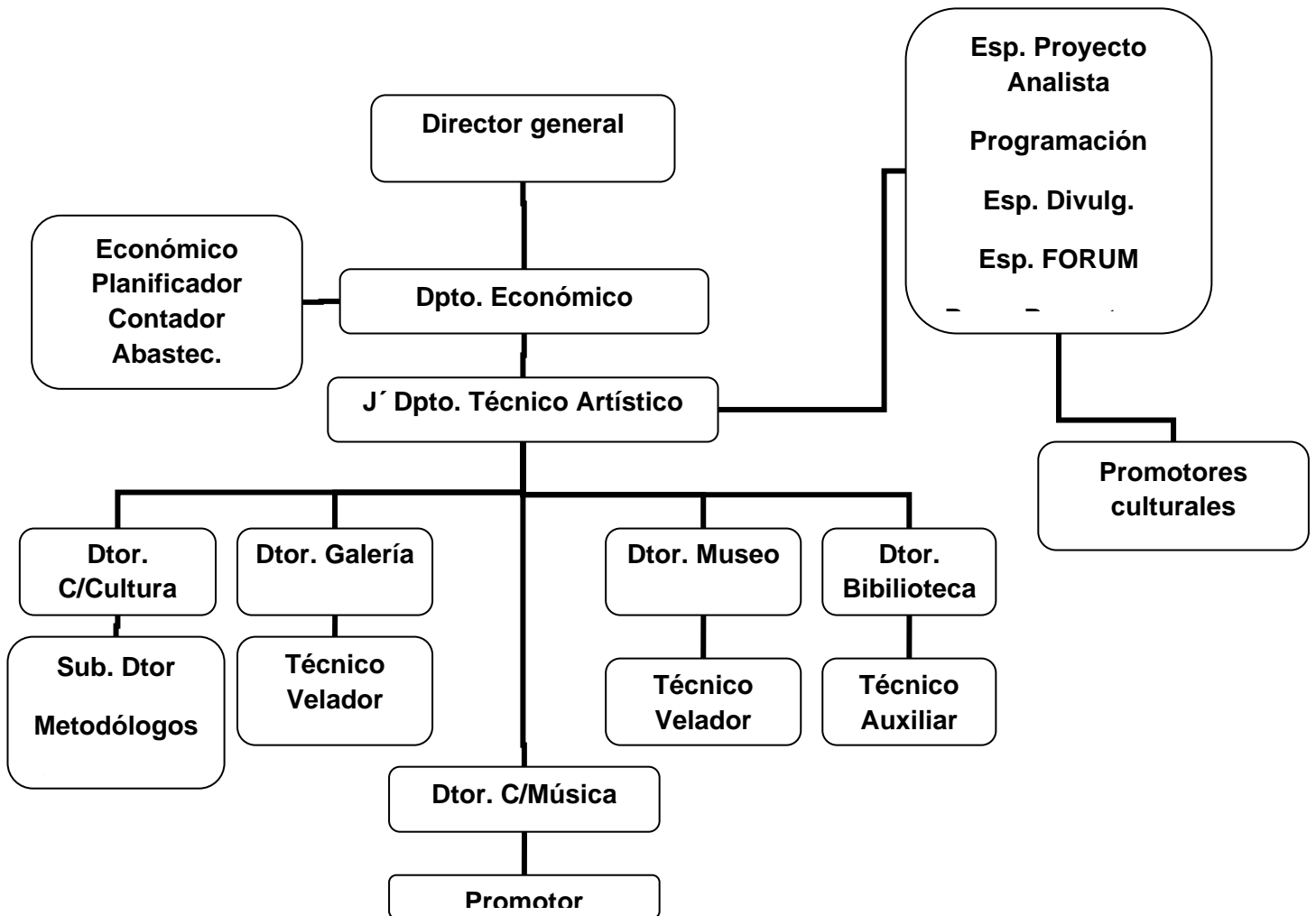
Objetivo: Conocer mediante la observación aspectos medulares que tributan al desarrollo de la programación cultural

GUÍA DE OBSERVACIÓN

- 1- Actividades culturales, caracterizadoras y eventos.
- 2- Nivel de participación en las actividades.
- 3- Aceptación de las actividades teniendo en cuenta gustos y preferencias.
- 4- Utilización de los medios de comunicación y otros soportes promocionales.

ANEXO IV

ORGANIGRAMA DIRECCIÓN MUNICIPAL DE CULTURA



ANEXO V

Importantes estudios sobre las Relaciones Públicas (Breve Cronología).

- 1900-1919: Surge la figura de Ivy Lee, como padre práctico de las Relaciones Públicas. Contribuyó sobremanera al crecimiento de la profesión, humanizó la profesión y dio cuenta de la importancia de hacer concordar la información pública con la privada. En 1917 se crea el Comité de Información Pública, destinado a lograr que los ciudadanos estadounidenses apoyaran la entrada del país en la Primera Guerra Mundial, en lo que fue una clara utilización de las Relaciones Públicas en la política.
- 1919-1929: En este período destaca la figura de Edgard Bernays como padre teórico de la profesión. Escribió varios libros delimitando las funciones y alcances de la misma y dedicó muchos esfuerzos a hacer relaciones Públicas de las relaciones Públicas, es decir a mejorar la imagen de la profesión. El trabajo de Bernays destacó la importancia que otorgó a la necesidad de escuchar el público y trabajar en función de sus necesidades.
- 1929-1941: Las Relaciones Públicas cobran gran importancia ya que tras la depresión se hace sumamente necesario reivindicar a las empresas y explicar su contribución al sistema económico.
- 1946: Surgen las asociaciones nacionales que agrupan a los profesionales de las Relaciones Públicas.
- 1948: Gran Bretaña crea el Instituto de Relaciones Públicas.
- 1950: Surgieron asociaciones en Grecia Bélgica, Italia y España, entre otros países.
- 1955: Se funda la Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA).
- 1960: Las asociaciones se agrupan en la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP)

