

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

CARRERA TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA.



TEMA

**“Diagnostico Comunicacional de las actividades que realiza la Casa de la Cultura
del Municipio de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

Calderón Anaya, Karen Margarita

Flores Domínguez, Gloria Ismelda

Pérez Vásquez, Bellini Carolina

PARA OPTAR EL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICA

Abril, 2018

San Salvador, El salvador, Centroamérica.

AUTORIDADES ACADEMICAS

ING. NELSON ZARATE SANCHEZ

RECTOR

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LIC. LISSET CRISTINA CANALES DE RAMIREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. JENNY DEL SOCORRO FRECH KUAN DE MARTI

PRESIDENTE(A)

LIC. ANA ROCIO CORDOVA DE RODRIGUEZ

PRIMER VOCAL

LIC. ROSA MARIANA CERNA AGUIÑADA

SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2017

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda. Ana Rocío Córdova de Rodríguez, Licda. Rosa Mariana Cerna Aguiñada, Licda. Jenny del Socorro Frech Kuan de Martí, a las 9:00a.m. del día Sábado, 25 de Noviembre de dos mil diecisiete.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LAS ALUMNAS:

- | | |
|---|----------------------------|
| 1. <u>Gloria Ismelda Flores Domínguez</u> | <u>Carnet 06-5707-2012</u> |
| 2. <u>Karen Margarita Calderón Anaya</u> | <u>Carnet 06-4968-2013</u> |
| 3. <u>Bellini Carolina Pérez Vásquez</u> | <u>Carnet 06-6033-2013</u> |

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Diagnostico comunicacional de las actividades que realiza la casa de la cultura del municipio de Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad."

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

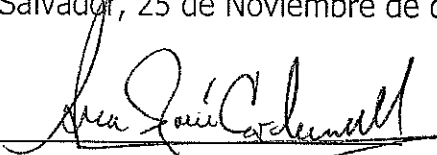
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO. POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 25 de Noviembre de dos mil diecisiete.

F.



PRIMER VOCAL

Licda. Ana Rocío Córdova de Rodríguez

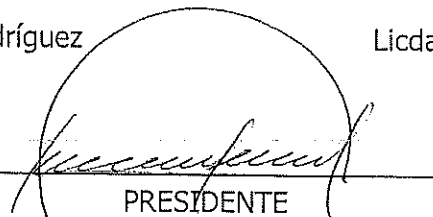
F.



SEGUNDO VOCAL

Licda. Rosa Mariana Cerna Aguiñada

F.



PRESIDENTE

Licda. Jenny del Socorro Frech Kuan de Martí

Agradecimientos

En primer lugar darle gracias a Dios por haber finalizado mis estudios
A mis padres Carlos Enrique Calderón Hernández y a la señora Mayra de Calderón y a mi hermana Mayra Gisela de Montalvo como también a Magdalena del Rosario Calderón Anaya, Flor de María Calderón Anaya. A mi amiga de infancia que siempre estuvo alentándome a seguir adelante y no dejar de estudiar, para poder llegar a cumplir una meta soñada.

Mi familia ha sido una parte fundamental en mis estudios por que sin el apoyo de ellos no hubiese podido culminar mis estudios. Ellos fueron una fuente de motivación para mí,

También agradezco a mis formadores, persona de gran sabiduría para llegar a poder transmitir su conocimiento y ayudarme a llegar al punto de haber culminado la tesis. Este logro se lo quiero dedicar a mi abuelo el señor Carlos Anaya.

Karen Margarita Calderón Anaya

Agradecimientos

Primeramente a Dios por qué gracias a el he logrado concluir con mi carrera, y a mi hermana que me motivo y ayudo a seguir con mi estudio universitario, a mis padres porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona, y por mostrarme el camino hacia la superación.

Este triunfo se los dedico a ellos Ana Patricia Vásquez, hermana
Gilberto Pérez & Dora Rodríguez mis padres,
Emerson Jr. & Allison Pérez mis sobrinos, y mi angelito A.P.M

Bellini Carolina Pérez Vásquez

Índice

Contenido	Nº de pagina
Introducción	i
Capítulo I	
Planteamiento del Problema	
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Definición del Problema.....	2
1.3 Objetivos de la Investigación	5
1.3.1 Objetivo general.....	5
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
1.4 Justificación.....	6
1.5 Limitación de la Investigación.....	8
Capítulo II	
Marco Teórico	
2.1 Historia de Antiguo Cuscatlán.....	9
2.2 Breve Reseña Historia de las Casas de la Cultura.....	10
2.3 Casa de la Cultura de Antiguo Cuscatlán.....	11

2.4. ¿Qué es una Casa de la Cultura?.....	12
2.4.1. Casa de la cultura del teatro.....	14
2.4.2. Casa de la cultura del artista plástico.....	14
2.4.3. Casa de la cultura del escritor.....	15
2.4.4. Casa de la cultura de la interculturalidad.....	15
2.4.5. Casa de la cultura del ciegos.....	15
2.4.6. Casa de la cultura náhua- pipil.....	15
2.4.7. Casa de la cultura de la mujer.....	16
2.4.8. Programa juventudes y fomento de la cultura y de paz.....	16
2.4.9. Programa desarrollo de espacios y prácticas culturales.....	17
2.4.10. Programa fortalecimiento de la gestión cultural.....	17
2.4 11. Cultura medio ambiental	18
2.5. La Cultura.....	19
2.6. La Comunicación.....	21
2.7. Comunicación Virtual.....	24
2.8. Estrategias de Comunicación.....	26
2.9. Diagnóstico de Comunicación.....	32

Capítulo III

Metodología

3.1. Participantes.....	36
3.2. Metodología.....	36
3.3. Método.....	37
3.4. Instrumentos.....	38
3.5. Procedimiento.....	41
3.6. Estrategia de Análisis de Datos.....	42

Capítulo IV

Análisis de Resultado

4.1. Análisis de Encuesta.....	43
4.2. Análisis de Entrevista.....	60
4.2.1 Entrevista a casa de la cultura.....	60
4.2.2 Entrevista a secretaria de la cultura y alcaldía de Antiguo Cuscatlán	62

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones	64
5.2. Recomendaciones	68

Referencias.....	70
-------------------------	-----------

Anexos.....	71
--------------------	-----------

Introducción

En el presente trabajo denominado “Diagnostico Comunicacional de las actividades que realiza la Casa de la Cultura del Municipio de Antigua Cuscatlán, Departamento de la Libertad”, se pretende evaluar y determinar el tipo de plan comunicacional que utiliza la casa de la cultura para promover el arte y la cultura en la localidad a través de las actividades y servicios que ofrece.

En el Capítulo I, los antecedentes dan un panorama de la procedencia con base legal de las casas de cultura, y lo importante que es la comunicación para transmitir cultura en los pueblos. En el planteamiento del problema del trabajo se centró en lo necesario que es que cultura, arte y la comunicación vayan de la mano, las estrategias de comunicación y la comunicación virtual deberían de jugar un papel preponderante en la difusión de la labor que realiza la casa de cultura de Antigua Cuscatlán, pero ello depende en gran medida de cómo son utilizados los medios de comunicación social y redes sociales para transmitir su importante labor para los habitantes de la comuna.

El objetivo general de esta tesina expresa lo siguiente: “Diagnosticar que estrategias comunicacionales utiliza la casa de cultura de Antigua Cuscatlán para dar a conocer las diferentes actividades que organiza para los habitantes del municipio, con el fin de incentivar la cultura y las artes”.

En cuanto a la justificación de la tesina expresa que la identidad cultural es muy importante para sentirse parte del país al que se pertenece, es por ello que es de vital importancia dar a conocer lo que ofrecen las casas de cultura, sus actividades, talleres, cursos, servicios que colaboran fomentando la sensibilidad artística y cultural en el individuo.

En lo que respecta a la limitación del estudio no se encontró ningún inconveniente al respecto, se recibió apoyo por parte de la directora y sus técnicos auxiliares de la casa de cultura, asimismo las instituciones involucradas fueron muy abiertas al externar sus opiniones.

En el segundo capítulo se expone una serie de temas que contribuyen a que esta investigación sea sustentada teóricamente, cabe resaltar que se tomó información sobre el municipio, qué es una casa de cultura, la casa de cultura de Antiguo Cuscatlán, sobre la comunicación, diagnóstico comunicacional, estrategias de comunicación y comunicación virtual, entre otros temas muy importantes.

En el tercer capítulo se describe la metodología, método e instrumentos que permitieron obtener información de relevancia para poder llegar a la comprobación de los objetivos planteados en esta tesina.

En el cuarto capítulo se detalla cómo se obtuvo la información, asimismo cómo se interpretó los datos recabados a través de la encuesta que se administraron a los alumnos de los talleres y las entrevistas que se le realizaron al personal de la casa

cultura, al representante de la Secretaría de Cultura y al representante de la Alcaldía de Antiguo Cuscatlán.

En el quinto capítulo se brindan una serie de conclusiones a las cuales se llegaron al reunir toda la información de los alumnos y de los representantes de todas las instituciones representadas, información que durante todo el desarrollo de la tesina se fue recopilando y analizando, permitiendo ello concluir el porqué de la problemática existente y poder realizar una serie de recomendaciones que poseen el único fin de contribuir con el buen desarrollo de las actividades de la casa de cultura de Antiguo Cuscatlán.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes

Según Decreto Legislativo N° 16-0129 en el ramo de Educación.(10 de marzo de 1997). En el que en el siguiente extracto dice: “I. Que este Ministerio implemento a partir de 1973 el programa “red de Casas de la Cultura”, cuyo propósito principal ha sido siempre el de involucrar a la comunidad educativa en un proceso general de educación permanente, que responda a las aspiraciones suscitadas en la población estudiantil y magisterio, alcanzando singular demanda los servicios bibliotecarios, y el fomento de las expresiones culturales como parte de la actividad creadora e intelectual, así como los servicios educativos en general, incluso los de nivel no formal”.

Es así que las casas de cultura, tienen como principal misión de difundir y fomentar las artes y conservar la cultura a través de las prácticas de las costumbres, danzas, gastronomía, mitos, leyendas, etc., que hacen del país, la patria que todo ciudadano quiere.

Para que las casas de cultura puedan realizar su labor es necesario que tengan muy claro que estén comprometidas con la misma y que contribuyan al desarrollo de actividades culturales dentro de la comunidad, para ello necesitan difundir sus servicios

utilizando las diversas formas de comunicación que existe, ya que al emplear la comunicación y las estrategias que nos ofrece, se debe de escoger las que están más a la mano y que nos ayudaran a llegar al público objetivo.

Las casas de cultura deben de propagar toda la información que han atesorado de las costumbres propias de las localidad, asimismo colaborara con el desarrollo de las artes en todas las gamas de expresión que existen y que este a su alcance desarrollar.

Es por ello que se considera que las casas de cultura y la comunicación con sus estrategias son un binomio muy importante en el desarrollo de la cultura del país.

Esta investigación se realizará específicamente en el municipio de Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad, localizado al sureste del mencionado departamento, haciendo frontera entre éste y el departamento de San Salvador. Colinda al sur con Nuevo Cuscatlán, Huizúcar y San Marcos, al este y norte con San Salvador y al oeste con Santa Tecla. Tiene una población de 33, 698 habitantes (según el censo hecho en el año 2007 por el Ministerio de Economía).

1.2. Definición del Problema

Para el desarrollo del turismo en nuestro país es fundamental que la población conozca de nuestras costumbres, tradiciones, folclor, etc. Y que se fomente en ellos el conocimiento de las artes en sus diversas expresiones. Cada municipio cuenta con las

tradiciones entre ellas podemos mencionar las fiestas patronales de cada municipio y departamento del país, promoviendo así la idiosincrasia del lugareño al participar en el desarrollo de las mismas. Estas actividades permiten a los habitantes su identificación cultural propia del municipio.

Las casas de cultura ayudan a fomentar los factores culturales y artísticos que contribuyen a formar nuestra identidad cultural y social como pueblo y como individuos.

Lamentablemente al hablar de cultura en el país es muy importante aclarar que no es una de las distracciones preferidas del pueblo salvadoreño, la “cultura” es un tema muy difícil de tratar si se habla de visitas a museos, teatros, eventos netamente culturales, etc.

La casa de cultura de Antiguo Cuscatlán cuenta con el apoyo de la alcaldía en cuanto a todas las actividades que desarrolla, y aunque el espacio en el cual realiza sus actividades administrativas y algunos talleres de enseñanza es reducido, tiene la enorme ventaja de poder contratar lugares adecuados para el desarrollo de sus demás cursos y talleres.

El problema que se observa es que teniendo la posibilidad de brindar sus servicios a la mayoría de la población de Antiguo Cuscatlán (33, 698 habitantes) es poca las personas que llegan a los talleres, actualmente cuentan con 60 alumnos, , es por ello que las estrategias de comunicación son la parte deficiente que se considera que posee la

casa de la cultura, además se observó que al revisar la página web de la alcaldía del municipio la información que se encuentra está desactualizada, ya que hay imágenes del taller de pintura que se imparten y que datan del año 2014, esta plataforma virtual debe ser muy visitada por los habitantes de la localidad, ya que a través de ella realizan diversos trámites de forma virtual, desaprovechándose así la oportunidad que los que visitan ese portal no conozcan que el municipio posee una casa de cultura. Asimismo la comuna posee la distribución de una revista que es distribuida en todo el municipio y en ella tampoco se detalla de las actividades culturales de la casa de cultura. Se esperaría más apoyo en el área de promoción de la casa de cultura por parte de la alcaldía, sobre todo porque la edil de esa comuna, Licda. Milagro Navas, es la presidenta del comité de apoyo de casa cultura.

La comunicación de las casas de culturas con el público en general debe ser un factor significativo a consolidar o desarrollar, depende cual sea el caso, para la población pueda tener accesibilidad a las actividades y servicios que la casa de cultura ofrece.

La casa de la cultura del municipio de Antiguo Cuscatlán brinda servicios que permiten difundir el arte y la cultura del país de tal forma que estos sean promovidos, disfrutados y asumidos como un derecho de las comunidades de la localidad, pero se reitera que la falta de estrategias de comunicación es bastante clara al observar que la capacitación brindada es de 256 habitantes durante todo el año de 2016, y actuamente cuentan con 60 alumnos que participan de los diferentes talleres que ofrecen.

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo general

Diagnosticar que estrategias comunicacionales utiliza la casa de cultura de Antigua Cuscatlán para dar a conocer las diferentes actividades que organiza para los habitantes del municipio, con el fin de incentivar la cultura y las artes.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar los servicios que ofrece la casa de la cultura a los habitantes del municipio de antiguo Cuscatlán.
- Indagar el apoyo que recibe la casa de la cultura por parte de la alcaldía de Antigua Cuscatlán.
- Indagar el apoyo que le brinda la Secretaria de Cultura a la Casa de cultura de Antigua Cuscatlán.
- Identificar la satisfacción de los usuarios de la casa de la cultura con relación a los servicios que esta presta.

- Determinar las estrategias de comunicación que utiliza la casa de la cultura para dar a conocer sus servicios.

1.4. Justificación

La identidad cultural de un individuo es muy importante para sentirse parte del país al que se pertenece, hoy en día la transculturación y la influencia de los medios de comunicación social han llevado a que nuestra cultura e identidad social sean minadas con tradiciones propias de otras culturas. Ya no solo se habla de palabras que han alterado la pronunciación del lenguaje castellano, sino que también costumbres que han invadido el espacio propio de las tradiciones, es más fácil recordarse mes a mes que hay un día de alguna efeméride impuesta, como Halloween, pero al referirnos a las costumbres propias, historia, pintura, música, etc., eso no se ve en ningún medio social o virtual olvidándose del significado del día de la cruz, de semana santa, de nuestros artistas ,músicos, etc., y en el caso de Antigua Guatemala sus fiestas se realizan en diciembre en honor a los Santos Niños Inocentes, entre otras festividades propias.

Al hablar de la comunicación no se puede dejar de lado la participación tan preponderante que ha tenido para difundir cultura, principalmente visualizándola como la responsable de que hoy en día se conozca la historia de este país, la cual está cargada

de contenido cultural y artístico que brinda mucha información para forjar la idiosincrasia salvadoreña.

Al realizar los primeros encuentros con las autoridades de casa de cultura de Antiguo Cuscatlán se ha podido apreciar, según lo conversado con la directora Sra. Yolanda Sigüenza, que tiene todo el apoyo y colaboración por parte de la Alcaldía del municipio, pero los habitantes atendidos durante el 2016 fueron 254 de una población total de más de 33,000.

Claramente esto indica que las estrategias comunicacionales se están empleando mal o en realidad no se está realizando ningún esfuerzo por efectuarlas.

Por ello esta investigación denominada “Diagnostico Comunicacional de las actividades que realiza la Casa de la Cultura del Municipio de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad”, en el cual la casa de la cultura desea realizar un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de su organización, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la institución; se pretende conocer que estrategias comunicacionales le ayudaran a la casa de cultura para difundir sus diferentes actividades lo cual beneficiará a la población local del municipio, ya que a través de sus talleres y realización de actividades culturales, la población podrá participar en las

diferentes actividades de la casa de cultura, contribuyendo a que la identidad nacional se arraigue en el municipio.

1.5 Limitación de la Investigación

No se encontró ningún inconveniente, la colaboración del personal de la casa de la cultura de Antigua Cuscatlán fue de lo más participativa desde la directora hasta sus colaboradores. Asimismo los representantes de SECULTURA y la alcaldía de Antigua Cuscatlán.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Historia de Antiguo Cuscatlán

Antiguo Cuscatlán es una ciudad joven de antiguo origen. En 1550 su población se estimaba en unos 1,550 indios. En 1740, según el alcalde mayor de San Salvador, don Manuel de Gálvez Corral, contaba con 43 indios tributarios o jefes de familia (unas 215 personas) productores de maíz, gallinas, algodón y trigo.

Según datos del arzobispo don Pedro Cortez y Larraz, en 1770 el pueblo era anexo de la parroquia de San Jacinto y su población estaba representada por 76 personas indígenas, distribuidas en 19 familias; y 115 ladinos repartidos en 25 familias.

En 1786 ingresó al partido de San Salvador.

A finales del siglo XVIII el pueblo casi se había extinguido; y en 1807, según el corregidor intendente, don Antonio Gutiérrez de Ulloa, “era un pueblo casi destruido, con sólo 14 indios y 35 ladinos”.

El municipio de Cuscatlán se incorporó al departamento de San Salvador el 12 de junio de 1824; y así permaneció hasta el 28 de enero de 1835, cuando quedó incluido en el Distrito Federal. Pero el 30 de julio de 1839 volvió a ser municipio del departamento de San Salvador.

Por aquella época los vecinos de Antiguo Cuscatlán se ocupaban en formar sus fincas de café, en pequeño y en grande, en vista del conocimiento que tenían de estos terrenos calificados como los más aptos para el cultivo de este fruto.

Por ley del 28 de enero de 1865 el municipio de Antiguo Cuscatlán se segregó del departamento y distrito de San Salvador y se incorporó en el departamento de La Libertad y en el distrito de Nueva San Salvador.

Por Decreto Legislativo número 302, de fecha 30 de marzo de 1971, se le otorgó el título de villa; y el 19 de febrero de 1987, por nuevo Decreto Legislativo, el número 549, se le confirió el título de ciudad.

2.2. Breve Reseña Histórica de las Casas de la Cultura

La red nacional de casas de cultura nació en el año 1973, durante la administración presidencial del coronel Arturo Armando Molina. Los que impulsaron dicho proyecto como respuesta a las aspiraciones suscitadas por la reforma educativa de 1968 fueron el doctor Rogelio Sánchez Ministro de Educación , Arquitecto Alberto Zúñiga Wagner, Subsecretario de cultura, juventud y deportes, Sr. Carlos de Sola, director de cultura y el profesor Edgar Alfonso Montoya, Director de Promoción cultural.

En 1973 se fundaron las primeras 10 casas de la cultura en los municipios de Santiago de María, Cojutepeque, Sensuntepeque, Metapán, Ahuachapán, La Libertad, San Francisco Gotera, Usulután, La Unión y en la colonia zacamil.

En 1988 la red de casa de cultura celebraba sus 15 años de labor cultural tiempo en el cual se percibía la aceptación de la población y para esa fecha en El Salvador había un total de 80 casas de la cultura.

El 20 de septiembre de 1991, por decreto número 92 del Órgano Ejecutivo, se creó el consejo nacional para la cultura y arte, CONCULTURA. Nació como unidad descentralizada del Ministerio de Educación, en ese contexto la red nacional de casas de cultura dentro de la dirección de promoción cultural pasó a ser parte de CONCULTURA.

En las administraciones de CONCULTURA, después de los acuerdos de paz, se forjo ampliamente la Dirección Nacional de Espacios de Desarrollo que hasta el momento tiene bajo su cargo la Red de Casas de Cultura, esta a su vez mantiene abiertas al público 163 casa de la cultura en los diferentes puntos estratégicos del país.

Este año, la Red de Casas de Cultura alcanzo su 44 aniversario de trabajo constante, dinámico y creativo.

(Folleto proporcionado por casa de cultura de Antiguo Cuscatlán)

2.3. Casa de la Cultura de Antiguo Cuscatlán.

La casa de la cultura de Antiguo Cuscatlán fue inaugurada por la alcaldesa Milagros Navas, y el director de CONCULTURA, Licenciado Carlos Hernández, el 30 de mayo del 2005.

Esta casa de la cultura es una institución pública sin fines de lucro cuyo objetivo primordial es promover la cultura e historia salvadoreña, está abierta a todo público.

Los talleres que ofrece se imparten a niños, jóvenes y adultos y adultos mayores: añil, añil avanzado, pintura en tela, croché, arte decorativo, tejidos, bordado con listón, repujado, guitarra y macramé;

2.4. ¿Qué es una Casa de la Cultura?

Son espacios culturales a través de los cuales se busca iniciar, fortalecer y fomentar el trabajo cultural para la generación y goce de las distintas manifestaciones artísticas, comprometidas con la creatividad y la identidad cultural.

Las Casas de la Cultura difunden la cultura local y regional y están orientadas al fomento de expresiones y prácticas artísticas-culturales, a través de procesos participativos en la búsqueda del fortalecimiento de la creatividad y las identidades. Entre sus actividades se pueden citar:

- -Elaboración de documentos con carácter investigativo en el tema de cultura como monografías de las diferentes comunidades, libros del pueblo, recopilación de fotografías antiguas para el rescate de la historia local, con énfasis en la historia oral.

- -Rescate de las tradiciones oral a través del desarrollo de actividades en donde la población local es la protagonista.
- -Participación en la organización de las fiestas patronales, copatronales y otras de carácter histórico-tradicional.
- -Capacitación y formación para el desarrollo cultural local, creación y ejecución de talleres de formación vocacional.
- -Creación y ejecución de talleres artísticos de pintura, danza, teatro, música, así como también, artesanías, manualidades, gastronomía y otros en atención a diferentes grupos poblacionales como niños y niñas, jóvenes, mujeres, adultos mayores, pueblos indígenas, personas con discapacidad.
- -Organización comunal para el desarrollo cultural, a través de la conformación de comités de apoyo.
- -Organización artística de danza, música, teatro, entre otras representativas de la comunidad.
- -Desarrollo de actividades enfocadas al rescate de la lengua náhuatl, así como de expresiones artísticas y tradicionales de las diferentes culturas indígenas que poblaron El Salvador.
- -Rescate, promoción y fomento del patrimonio cultural material e inmaterial; entre estas, artesanías con enfoque ecológico, reciclaje de materiales y transformación en arte con los insumos que brinda la naturaleza.

- -Gestión constante para el desarrollo comunal en el tema de la cultura.
- -Vinculación estratégica con sectores claves en las diferentes comunidades, como alcaldías, centros escolares, colegios, universidades, iglesias, ONG, dependencias gubernamentales, comunidades, colectivos artísticos y otros.
- -Creación de conciencia ciudadana en los temas inherentes al patrimonio local y nacional.

Asimismo existen siete tipos de Casa de la Cultura Temáticas que abordan de manera exclusiva un tema de importancia social y cultural, entre estas se encuentran:

2.4.1. Casa de la cultura de teatro

Ubicada en el centro de San Salvador y tiene por objetivo crear, rescatar y redimensionar espacios de formación, intercambio y realización individual y colectiva en las diferentes disciplinas artísticas teatrales.

2.4.2. Casa de la cultura del artista plástico

Ubicada en la colonia Miramontes de San Salvador y su objetivo primordial es fortalecer a través de la difusión, promoción y gestión cultural las artes plásticas. Busca proyectar a nuevos artistas plásticos y potenciar a los existentes, para el deleite y reflexión de las artes plásticas.

2.4.3. Casa de la cultura del escritor:

Su sede es en los Planes de Renderos, San Salvador. Es un espacio dedicado a las letras, en donde se desarrollan talleres y eventos enfocados a la creación literaria en sus diferentes manifestaciones. El espacio fue la casa de habitación de Salvador Salazar Salarrué, uno de los máximos exponentes de la literatura salvadoreña, también es la sede del Museo de Salarrué que cuenta con una exposición permanente sobre el autor.

2.4.4. Casa de la cultura de la interculturalidad:

Ubicada en el Mirador de los Planes de Renderos, San Salvador. Es un espacio de encuentro donde se proyectan las diferentes expresiones artísticas y culturales que evidencia la diversidad cultural de nuestro país.

2.4.5. Casa de la cultura de ciegos:

Ubicada en el Barrio San Miguelito de San Salvador, en las proximidades de la escuela de ciegos. Es un espacio para el desarrollo cultural, que mediante los programas de trabajo estratégicos de la Secretaría de la Cultura, y los aportes de la comunidad de personas ciegas.

2.4.6. Casa de la cultura nahua- pipil:

Se ubica en la ciudad de Nahuizalco. Su objetivo es propiciar la interculturalidad en la región para que actores locales como asociaciones, líderes de las comunidades

indígenas se apropien y que contribuyan desde sus conocimientos, expresiones artísticas y culturales en el desarrollo de los pueblos originarios.

2.4.7. Casa de la cultura de la mujer:

Ubicadas en las instalaciones de las sedes de Ciudad Mujer en Colon (La Libertad), Usulután, Santa Ana y San Martín (San Salvador) su objetivo es trabajar para que ciudad mujer sea un espacio para la expresión y goce de la cultura y las artes, organizando actividades culturales que contribuyan a cambiar prácticas que históricamente han excluido a las mujeres.

Los programas que desarrolla la red de las casas de la cultura son:

2.4.8. Programas juventudes y fomento de la cultura de paz:

Este programa tiene como finalidad contribuir en la prevención de la violencia social y de género, potenciando la creación artística y prácticas culturales desde las distintas identidades juveniles, se promoverá la formación de jóvenes para la gestión cultural y la creación de productos culturales y artísticos con enfoque de cultura de paz.

Desde el programa se implementarán metodologías lúdicas pedagógicas, las cuales favorecen el descubrimiento y potenciación de la creatividad desde una visión de valores de respeto e identidad.

2.4.9. Programa desarrollo de espacios y prácticas culturales:

El programa tiene la finalidad fortalecer las identidades locales a través de la apropiación simbólica y significación del uso de los espacios públicos por medio de expresiones artísticas y culturales. Se propiciarán acciones de reflexión en torno a prácticas que conforman la cultura intangible local y nacional.

Propiciara la gestión y desarrollo de iniciativas locales para el reconocimiento del patrimonio local y fortalecimiento de identidades culturales, proporcionando el valor de la inclusión y participación social como eje articulador que aportara a la convivencia social.

2.4.10. Programa fortalecimiento de la gestión cultural:

La finalidad del programa es realizar procesos de formación, desarrollar capacidades y habilidades de gestión cultural, conocimiento y aplicación creativa de los programas, fomentando el trabajo en equipo para la ejecución de los programas transversales en coherencia con el quehacer cultural local, regional y nacional, exhortando ser instigadores de la animación sociocultural.

Los ejes transversales que fomentan las casas de la cultura son:

Equidad de género: Tiene como punto de partida el reconocimiento de la desigualdad en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, la existencia de identidades masculinas y femeninas hegemónicas que contribuye a la reproducción de

problemas sociales y culturales como la violencia y la práctica de valores que fomentan la discriminación hacia las mujeres.

La Secretaría de Cultura diseñará e implementará programas para promover la construcción de roles sociales que propicien el rompimiento de paradigmas de género. Se buscará la participación activa de las mujeres en las actividades promovidas desde las Casas de la Cultura.

2.4.11. Cultura medio ambiental:

Tiene el propósito de fomentar y promover entre los actores sociales nacionales y locales una cultura de valoración sustentable y uso nacional de los recursos naturales que forman parte del patrimonio público y privado; incidiendo en el pensamiento y la conducta de los ciudadanos y sus organizaciones para promover y lograr una mejor calidad de vida y un modelo de desarrollo sustentable.

Se busca por medio de este eje generar conocimiento y conciencia crítica acerca de nuestro entorno, fomentando la cultura del respeto al medio ambiental en la población, incluyendo la resignificación de prácticas culturales que pongan en relación armónica a los hombres y mujeres con la naturaleza y que a su vez fomente la creatividad artística y cultural para la sensibilización y procesos de investigación científica y tecnológica que permitan abordar los desafíos del cambio climático referentes al agua, la energía y los alimentos.

2.5. *La Cultura*

Para Garza Cuellar, [1] la cultura puede ser definida en un sentido amplio, como todo lo cultivado por el hombre, ya que comprende el total de las producciones humanas, tanto en el ámbito material (como, por ejemplo, los productos del arte y la técnica) así como en el espiritual (donde se mencionan las ciencias, el arte y la filosofía).

En un sentido más restringido, la cultura se constituye por los diversos saberes, tanto de tipo especulativo como práctico, que la humanidad ha alcanzado y recopilado, en forma más o menos sistemática, a lo largo de la historia.

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.

El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología.

La Unesco, en 1982, declaró:...que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos

los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.(UNESCO, 1982: Declaración de México).

Aunque muchas de las concepciones sobre cultura en el lenguaje común tienen su origen en el debate de las ciencias sociales, o bien, existieron primero en el habla cotidiana y luego fueron retomadas por las segundas.

<http://www.monografias.com/trabajos78/cultura-comunicacion/cultura-comunicacion2.shtml#ixzz4tBov7HM0>

2.6. *La Comunicación*

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

Código. El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación. Ej: El aire en el caso de la voz y las ondas Herzianas en el caso de la televisión.

En tercer lugar debemos considerar el Emisor. Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

El Receptor será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.

Naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el Mensaje.

Las circunstancias que rodean un hecho de comunicación se denominan Contexto situacional (situación), es el contexto en que se transmite el mensaje y que contribuye a su significado. Ej: Un semáforo en medio de una playa no Emite ningún mensaje porque le falta contexto.

La consideración del contexto situacional del mensaje es siempre necesaria para su adecuada descodificación.

En el esquema clásico de Jakobson aparece el referente que es la base de toda comunicación; aquello a lo que se refiere el mensaje; la realidad objetiva.

Todos estos elementos que forman el esquema de la comunicación tienden a conseguir la eficacia de la información. Ésta se fundamenta en una relación inversa entre la extensión de la unidad de comunicación y la probabilidad de aparición en el discurso.

Este principio general de la teoría informativa se manifiesta en el hecho empíricamente demostrado u observado que las palabras o frases tienden a cortarse; tendemos siempre a una economía del lenguaje. Así un conferenciante que habla

Extensamente y nos va diciendo lo que ya sabemos lo tintamos de "rollo", ya que en este caso la relación no es inversa sino directa: mucha extensión, mucha probabilidad.

Ruido y redundancia se denomina ruido a cualquier perturbación experimentada por la señal en el proceso de comunicación, es decir, a cualquier factor que le dificulte o le impida el afectar a cualquiera de sus elementos. Las distorsiones del sonido en la conversación, en radio, televisión o por teléfono son ruido, pero también es ruido la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque este en silencio...

Para evitar o paliar la inevitable presencia del ruido en la comunicación es habitual introducir cierta proporción de redundancia en la codificación del mensaje.

La redundancia en el código del mensaje consiste en un desequilibrio entre el contenido informativo y la cantidad de distinciones requeridas para identificar.

La redundancia es la parte del mensaje que podría omitirse sin que se produzca pérdida de información. Cualquier sistema de comunicación introduce algún grado de redundancia, para asegurar que no hay pérdida de información esencial, o sea para asegurar la perfecta recepción del mensaje. Ej: Los niños altos. Plural masculino

La redundancia libremente introducida por el emisor puede revestir las más diversas formas. Ej. de redundancia: Elevar la voz, el subrayado, el uso de Mayúsculas,...

<http://www.monografias.com/trabajos/lacomunica/lacomunica.shtml#ixzz4tC3U6lW8>

2.7. Comunicación Virtual

Teóricamente la comunicación virtual abarca las comunicaciones en que los intervinientes preservan su identidad de una relación física mediante una forma telemática que evita el compromiso expreso de la propia personalidad. Ahora bien, como la comunicación virtual es una actividad dinámica, es muy posible que aproximarse a dar una definición concisa la haga quedar superada en poco tiempo por la realidad social. Una característica que posee es un cierto anonimato que permite reproducir de uno mismo la imagen ideal que se quisiera dar, y así difundir una personalidad virtual paralela a la propia realidad de cada persona.

Para muchos la única comunicación virtual es la que se ha creado al amparo de internet, pero conviene recordar que las redes de radioaficionados existentes desde decenas de años antes servían a tal utilidad. También en el último tercio del siglo pasado surgieron agrupaciones telefónicas de chat, que mediante conexión conjunta de líneas podían compartir experiencias de modo virtual. Incluso programas radiofónicos y televisivos, como los sigue habiendo hoy, se han diseñado para servir de comunicación

abierta para cuanto se quiera decir a la comunidad, u opinar en línea sobre un tema propuesto moderado por un profesional.

No obstante, la difusión de internet y su instrumentalización por las redes sociales son las que han extendido la comunicación virtual a dimensión global por el uso común de las computadoras personales y las variantes de telefonía digital. Foros de discusión, grupos de correo, chat, tableros de anuncios, retratos personales, agendas de grupo... son iniciativas de comunicación virtual extendidas y consolidadas en el mundo desde páginas web, redes sociales y blogs, dirigidos a personas de toda edad, cuya implicación se suscita en razón de que el contenido de la posible comunicación converja con la ilusión mental de cada partícipe.

¿Favorecen a la sociedad las posibilidades la comunicación virtual? Ha sido su implantación tan masiva y rápida que su impacto sociológicamente tardará tiempo en evaluarse. Entusiastas y críticos aducen valores y deficiencias, aunque estas últimas parecen ignoradas por la contundencia de su utilización, por lo que quizá la reflexión hoy en día más pertinente puede ser sobre el marco de libertad que ampare o restrinja la adición a esa forma de comunicación. La vertiente positiva puede estar en la proximidad de intercambiar contenidos culturales, participar en juegos, interesarse por temas de sociedad, establecer amistades, practicar idiomas, compartir información, expansión sentimental, etc. La vertiente negativa es la de que todas esas posibilidades puedan construirse tan al margen de la realidad que constituyan un ideal que condene a la mente a vivir en unas coordenadas ficticias alejadas de las relaciones físicas en las que se desarrolla la vida real. Se puede elegir inconscientemente vivir en una prisión telemática

cuya atracción puede vulnerar el interés debido a las relaciones que configura el mundo como realmente es y no como se cuenta que sea.

<http://www.papelesparaelpgreso.com/numero64/6410.html>

2.8. *Estrategias de Comunicación*

La palabra "estrategia" proviene del vocablo griego "estratego" que significa general. Sus orígenes se revelan en el campo militar, transfiriéndose con gran acierto a la esfera económica y, a su vez, ha encontrado propiedad en las diferentes esferas de la sociedad. Muchas son las definiciones que podemos encontrar en la literatura tratando de conceptualizar el término de referencia y su diversidad se expresa en correspondencia con la esfera en que se emplee.

La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida. (Arellano, citado por López Viera, 2003: 214).

López Viera hace referencia a las estrategias de comunicación como el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo, la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar; la realidad de la cual partimos, sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos (2003: 213). Según Yarmila Martínez una estrategia de comunicación es la vía por la que se

pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito (2009: 160).

Lo cierto es que la acción comunicativa exige de un proceso de planeación previa que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia del esfuerzo y para ello es necesario hablar entonces de estrategias de comunicación que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios con un compromiso implícito de recursos y que ayuden a la toma de decisiones.

El gran aporte de Henry Mintzberg consiste en un enfoque integrador de las distintas perspectivas y la toma de posiciones en diversos temas que tradicionalmente son objeto de debate en el campo de la ciencia. (Mendoza, 2009:7). El concepto de estrategia ha sido objeto de múltiples interpretaciones, de modo que no existe una única definición.

Para el quehacer del comunicador resulta necesario compartir el término estrategia como una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida. Estrategia es "el arte de desarrollar acciones a través de un método sistemático". (Arellano, 1998).

Las estrategias comunicativas, parten de determinar un grupo de situaciones y saber a dónde se va a construir el escenario futuro, preparar una ruta y prever la capacidad de corregirla. Una buena estrategia plantea hacia dónde se quiere llegar, qué se desea lograr, cuáles son sus metas.

Existen dos formas de estrategias de comunicación, la transmisora, de modelo vertical, parte del clásico paradigma EMISOR - MENSAJE - RECEPTOR, es unidireccional y va hacia afuera, y la participativa que es la otra forma de estrategia de comunicación que resulta horizontal, parte de que todos son sujetos de la estrategia, funciona la auto persuasión y va hacia dentro. La conformación de una serie de actos comunicativos implica una planeación, un orden, un principio de interés, de disposición, de intercambio y de compartir información.

Se elabora desde la posición como autor una definición propia sobre dicho concepto, el cual se considera como: "un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin que asegura una decisión óptima en cada momento y tiene como objetivo incrementar los niveles de efectividad e impacto a nivel del comportamiento individual, el cambio social y organizacional. Es una perspectiva integral, guiado por una visión a largo plazo donde sus objetivos son verificables".

Operativamente, la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas. Ahora bien, referirnos específicamente a un tipo de estrategia, determina la programación y la intención con la cual se va a llevar a cabo.

La comunicación se entiende como la posibilidad de participación desde un gran entramado de relaciones donde se intercambiarán vivencias, experiencias y objetivos comunes, para la construcción de sociedades horizontales, con más opciones de vida y libertad.

"Una estrategia debe estar compuesta por estas dos lógicas, la informativa y la comunicativa. Es arriesgado dar una explicación por separado para definir la función de cada uno de estos términos, máxime si su articulación, dato- significado, constituye el principio básico para la construcción de representaciones sociales" (Arellano, 1998).

La función de la información en una estrategia consiste en difundir los acontecimientos o los sucesos, a partir de una selección de procedimientos en donde se encuentran involucrados los agentes para el cambio, los medios de comunicación y los mensajes. Por su parte, la función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación, esto es entrar en un proceso de calibración donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre él o los que emiten un mensaje y entre el o los que reciben. La intención de compartir una misma visión o modelo de acción-representación de la realidad es la finalidad de la comunicación. Una estrategia comunicativa al centrarse en un principio de interacción, de entendimiento participativo y de diálogo, necesita utilizar todos los niveles y tipos de comunicación existentes, para hacerla funcionar de manera operativa, pues debe tener como principio una visión comunitaria, de compartir y construir, pues estos tiempos exigen estrategias con una visión integral, humanista y holística.

Esta estrategia no se logra de golpe, sino que parte de aproximaciones sucesivas, primeramente hay que dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿Quiénes somos?, es decir, definir el referente, los protagonistas, la esencia de la organización, institución o grupo que se propone hacer la estrategia, su misión o credo básico.

¿Qué queremos?, analizar y exponer los objetivos que concretan la misión o credo básico.

¿Con quiénes deseamos compartir nuestros mensajes?, definir los coprotagonistas de la estrategia y caracterizarlos.

¿En qué contexto desarrollamos nuestra acción?, obstáculos y oportunidades para desplegar nuestra estrategia, límites y orientaciones que vienen dados por el entorno.

¿Con qué recursos contamos o podríamos contar?, analizar la logística.

Después de responder estas interrogantes a través de entrevistas individuales o trabajo en grupos, tanto en el seno de la organización, institución o grupo que se propone la estrategia como con personas o grupos representativos de los coprotagonistas de ésta, se definen:

1. Objetivos comunicativos: Particulares o específicos, porque en el credo básico se encuentra lo general, pueden plantearse cómo será la representación ante los coprotagonistas, las informaciones a compartir y los propósitos comunicativos que se plantean con tales acciones.

2. Caracterización de los mensajes: Según las características y necesidades de los participantes. Los mensajes se transmiten a través de la acción, donde están juntos protagonistas y coprotagonistas.

3. Medios a emplear: Propios o ajenos para desarrollar las acciones de comunicación.

4. Acciones y calendario de eventos: Este es un elemento esencial pues permite planear en el tiempo todas las etapas y acciones comunicativas que se desplegarán, garantizando una continuidad y reiteración a la vez que se evitan las saturaciones o coincidencias de acciones que se anulen entre sí. Deben ser previstos todos los contactos que el grupo organizador debe tener con los coprotagonistas de la estrategia.

5. Discurso básico: Elaborar el mensaje fundamental que se desea compartir, para ser utilizado por los miembros del grupo primeramente y luego de forma paulatina por otros participantes de la estrategia, esencialmente a través de grupos de discusión y utilizando a los líderes de opinión. Eso garantizará una coherencia en torno a los objetivos trazados.

6. Línea de diseño: Debe ser creada para apoyar el discurso básico, una línea de diseño gráfico que complemente el trabajo comunicativo de los mensajes y contribuya a alcanzar los objetivos trazados.

7. Evaluación: Se debe prever los momentos y procedimientos mediante los cuales se irá evaluando el acercamiento o no a los objetivos trazados, por tanto, medir la efectividad de la estrategia.

La investigación como "proceso en el que se vinculan diferentes niveles de abstracción, se cumplen determinados principios metodológicos y se cubren diversas etapas lógicamente articuladas, apoyado dicho proceso en teorías, métodos, técnicas e instrumentos adecuados y precisos para poder alcanzar un conocimiento objetivo, es decir, verdadero, sobre determinados procesos o hechos sociales", (Rojas Soriano, 1985: 18) está muy relacionado con la planeación estratégica de la comunicación en momentos en que este proceso ha adquirido nuevas dinámicas al atravesar todas las esferas de la vida individual y colectiva de los hombres, así como la complejidad creciente del mundo contemporáneo que exige también el empleo riguroso de procedimientos científicos de investigación en periodismo, publicidad, relaciones públicas u otras expresiones de la Comunicación Social.

<http://www.monografias.com/trabajos95/estrategias-de-comunicacion/estrategias-de-comunicacion.shtml#ixzz4tC6dOJWl>

2.9 Diagnóstico de Comunicación

Un diagnóstico comunicacional, es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una organización, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.

Es preciso aclarar que existen varios criterios sobre el diagnóstico, pero se considera acertado el de Prieto (1999) cuando expresa que es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivo en el grupo, la comunidad o la institución.

Según Rivera (2007), el diagnóstico de comunicación es un “procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa. “Constituye además, para la autora, “el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización”.

Se aprecia que es más amplio, abarcador y acepta, por tanto, su aplicación tanto interna como externa.

Un diagnóstico también varía en función de los aspectos que privilegia en el análisis. Está más allá del grado de participación de los miembros de la comunidad o de la organización.

a) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación interna.

b) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación externa: interinstitucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización.

a) De comunicación interna

Este diagnóstico privilegia en el análisis las relaciones de comunicación interna que establece la organización. Un planificador abocado a este tipo de diagnóstico deberá trabajar algunos de estos temas:

1. Identificación de actores más vinculados a la comunicación dentro de la institución.
2. Análisis de la percepción de su tarea, de su imagen de la institución, de la percepción de los otros miembros de la institución y de los interlocutores.
3. Identificación y análisis de las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución.
4. Análisis y evaluación de las situaciones de comunicación: espacios, momentos comunicacionales.
5. Análisis de los mensajes que produce la institución en su contenido y forma.
6. Evaluación de los flujos y recursos comunicacionales de la institución: el tratamiento diferenciado de la información según los destinatarios.

Para ello el planificador deberá leer documentos, observar, realizar cuestionarios, hacer entrevistas individuales y grupales, talleres de reflexión. Debe apuntar no solo a la detección de problemas, sino a los resultados deseados, los obstáculos que deben eliminarse para llegar a ese fin.

Si se tiene en cuenta que el diagnóstico de comunicación supone fases para su realización, que estructuran el proceder del investigador para hacer la pesquisa y que estas consisten en: la búsqueda de datos, el análisis y la evaluación para identificar las deficiencias, para la obtención de resultados verídicos que sustenten una propuesta efectiva, en este caso, el plan de acciones de comunicación.

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Diagnostico%20de%20Comunicacion.htm>

Capítulo III

Metodología

3.1. Participantes

En el proceso de recabar información participaron las siguientes personas:

Entrevistados de Casa de Cultura:

- Sra. Yolanda Núñez de Sigüenza, Directora.
- Sra. Berta Coto, Auxiliar.
- Sr. Salvador Amílcar Nieto Flores, Auxiliar

Entrevistado de la Alcaldía de Antigua Cuscatlán:

- Lic. Carlos Trinidad, Director de Relaciones Públicas

Entrevistada Secretaría de Cultura:

- Licda. Ernestina del Carmen Cruz Ayala, Técnico de la Dirección Nacional de Casas de Cultura.

Encuestados:

Serán los 60 alumnos de los diferentes talleres que brinda la casa de cultura.

3.2. Metodología

Esta investigación tiene como propósito realizar una investigación que permita dar respuesta a los objetivos planteados en la misma, respuestas que deben ser confiables, entendibles y válidas; basándose en la necesidad de diagnosticar cuales son

las estrategias comunicacionales que utiliza la casa de cultura de Antiguo Cuscatlán para dar a conocer las actividades que organiza para los habitantes del referido municipio a fin de incentivar la cultura y las artes, identificar los servicios que ofrece, qué apoyo recibe de la alcaldía y la Secretaría de Cultura, cuál es la satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios que recibe y determinar cuáles son las estrategias comunicacionales que utiliza para dar a conocer sus servicios.

Para obtener estos resultados la investigación que se realizó fue de tipo cuantitativa y cualitativa.

La investigación cualitativa nos permitirá obtener de forma directa información de personas que están relacionadas directamente con el funcionamiento de la casa de cultura y también de instituciones gubernamentales que tiene una estrecha relación con ésta.

La investigación cuantitativa permitirá medir la información obtenida de los alumnos de los diferentes talleres que ofrece la casa de cultura con respecto a los servicios que están recibiendo y permitirá también conocer a través de que medio se dieron cuenta de los talleres que imparte.

3.3. Método

El método que se empleará para obtener información de los alumnos de los talleres será el Censo, ya que la población de alumnos de los talleres que actualmente

están inscritos recibiendo capacitación es de 60, por ser una muestra tan pequeña es mejor obtener información de todos ellos en su totalidad.

3.4. Instrumentos

Guía de entrevista a Directora Casa de Cultura y los auxiliares.

1. ¿Cuál es el objetivo de la casa de la cultura?
2. ¿Cómo está organizada la casa de la cultura?
3. ¿Cuáles son los horarios de atención al público?
4. ¿Qué tipo de talleres ofrecen?
5. ¿A parte de brindar atención con los talleres que otros servicios ofrecen?
6. ¿Cuántos talleres han realizado hasta la fecha?
7. ¿Cuáles son los que más prefieren o si se repiten?
8. ¿Cómo ustedes dan a conocer estos talleres que tipo de promoción realiza?
9. ¿Llevan un control de las personas que lo reciben?
10. ¿Qué costos tienen los talleres?
11. ¿Por qué unos talleres los cobran y otros no?

Guía de entrevista a Licda. Ernestina del Carmen Cruz Ayala, Técnico de la Dirección Nacional de Casas de Cultura.

1. ¿Cuáles medios de comunicación son utilizados por la secretaria de cultura para apoyar a casa de la cultura de Antigua Cuscatlán?
2. ¿Qué participación tiene secretaria de cultura dentro de las actividades de casa de la cultura de Antigua Cuscatlán?
3. ¿Cómo apoya a la casa de cultura de Antigua Cuscatlán?
4. ¿Qué tipo de beneficio obtiene la Secretaría de Cultura al dar aporte a casa de cultura de Antigua Cuscatlán?

Guía de entrevista a Lic. Carlos Trinidad, Director de Relaciones Públicas de la Alcaldía de Antigua Cuscatlán.

1. ¿Qué beneficio recibe la alcaldía al ayudar a casa de la cultura?
2. ¿Qué departamento es utilizado para que se difunda las actividades de la casa de cultura?
3. ¿Cuánto tiempo tiene la alcaldía en promover a casa de la cultura?
4. ¿Han pensado en modificar la infraestructura de casa de la cultura con ayuda de otras instituciones?
5. ¿La alcaldía de Antigua Cuscatlán, se involucra en las actividades que realiza casa de la cultura?

Encuesta para ser administrada a los alumnos de los talleres de Casa de Cultura de Antigua Cuscatlán:

Universidad Tecnológica de El Salvador



1. Edad_____

2. Masculino () femenino ()

3. ¿Usted vive en Antigua Cuscatlán?

Si_____ no_____

Si no es de este municipio de donde procede_____

4. ¿Cómo se dio cuenta de los talleres que están impartiendo?

5. ¿Qué taller está cursando?

6. ¿Le gustaría asistir a otro taller de los que están impartiendo?

Sí_____ No_____

Cuál sería:_____

7. ¿Cree que el lugar donde se está impartiendo es el adecuado?

Sí_____ No_____

Por qué_____

8. ¿Ha promovido alguno de los talleres con amigos o familiares?

Sí_____ No_____

¿Cuáles ha promovido?_____

9. ¿Cómo clasifica la atención del personal de la casa de la cultura?

Bueno_____ malo_____ excelente_____

¿Por qué?_____

3.5. Procedimiento

Una de las primeras acciones que se tomaron fue ir a conversar con la Directora de Casa de Cultura, Sra. Yolanda Sigüenza, quien dio un panorama general sobre la situación de la casa de cultura y el trabajo que ahí se realiza, así se pudo llegar a obtener la problemática y los objetivos de la investigación.

A partir de ello se realizaron las entrevistas a la Directora y los dos auxiliares de la casa de cultura.

Para completar la información se entrevistó a la representante de la Alcaldía de Antiguo Cuscatlán y a una representante de la Secretaría de Cultura.

El proceso de administrar el cuestionario a los alumnos consistió en visitar cada taller y obtener la información de los alumnos en el lugar donde se imparten las clases.

3.6. Estrategia de Análisis de Datos

- Para las entrevistas se realizaron cuadros de vaciado que ayudaron a comparar las respuestas de los entrevistados, ayudando ello a obtener la información necesaria para la validación de los objetivos planteados
- Para el cuestionario que se administró a los alumnos de los talleres se realizó el siguiente proceso: Se tabuló el cuestionario respuesta por respuesta, obteniendo cuadros de cada una de ellas y realizando graficas que reflejan los datos en forma numérica, cuantificándose así la información obtenida.

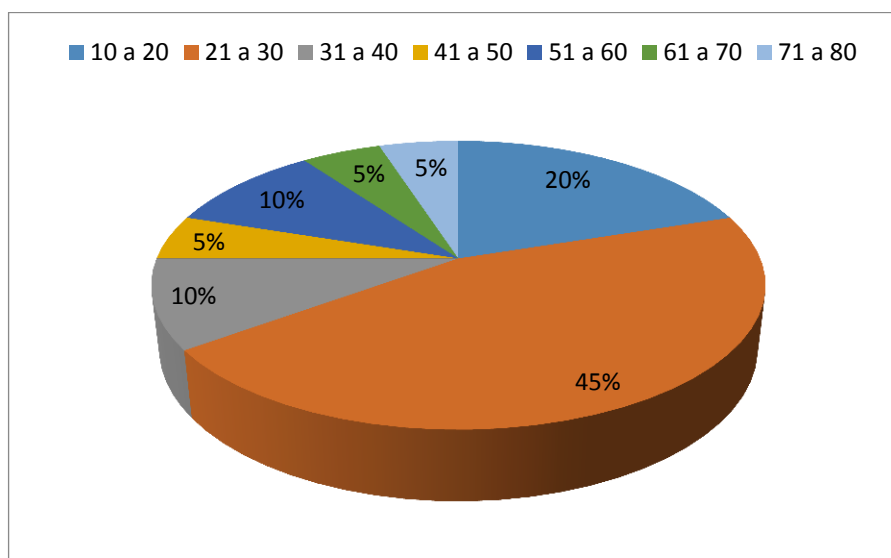
Capítulo IV

Análisis de Resultado

4.1 Análisis de Encuesta

1. Edad

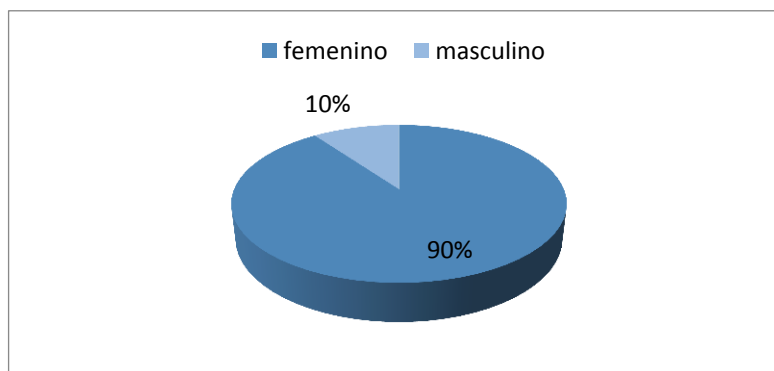
N°	Alternativa de respuesta	frecuencia	%
1	10-20	15	20
2	21-30	25	45
3	31-40	5	10
4	41-50	3	5
5	51-60	7	10
6	61-70	3	5
7	71-80	2	5
	total	60	100



En la pregunta n°1 se puede identificar que el porcentaje más alto es el 45% que corresponde a la edad de 21 a 30 años; el 20% equivale a las edades correspondientes entre 31 a 40 años; el otro 10% a la etapa etaria entre 51 a 60 años; el 5% entre 41 a 50 años de edad; otro 5% correspondientes a las edades entre 61 a 70 años y finalmente un 5% entre las edades de 71 a 80 años.

2. Masculino () femenino ()

N°	Alternativa de respuesta	Frecuencia	%
1	Masculino	10	10
2	Femenino	50	90
	Total	60	100



En la pregunta N°2 se puede determinar que el porcentaje más alto es el 90% que le pertenece al género femenino, y solo un 10% le pertenece al masculino.

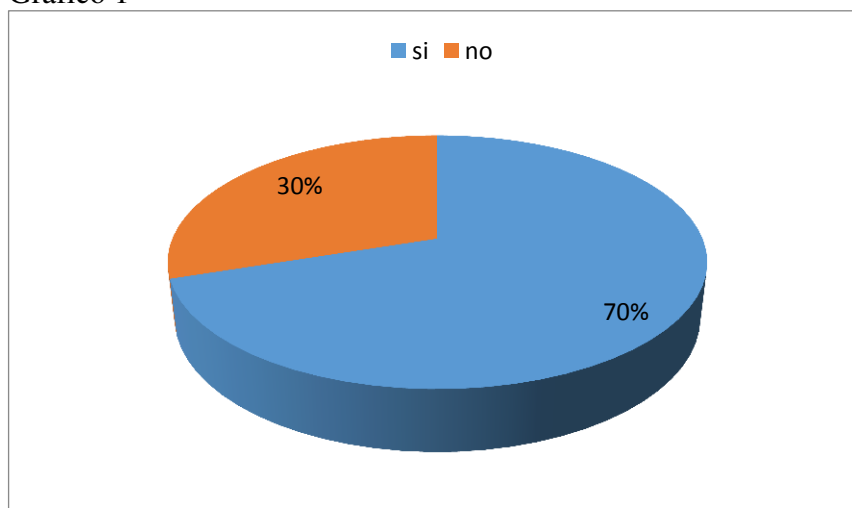
3. ¿Usted vive en antiguo Cuscatlán?

Respondiendo al objetivo específico 5. Determinar la estrategia de comunicación que utiliza la casa de la cultura para dar a conocer sus servicios.

Tabla 1

N°	Alternativa de respuestas	Frecuencia	%
1	Si	40	70
2	No	20	30
	Total	60	100

Grafico 1



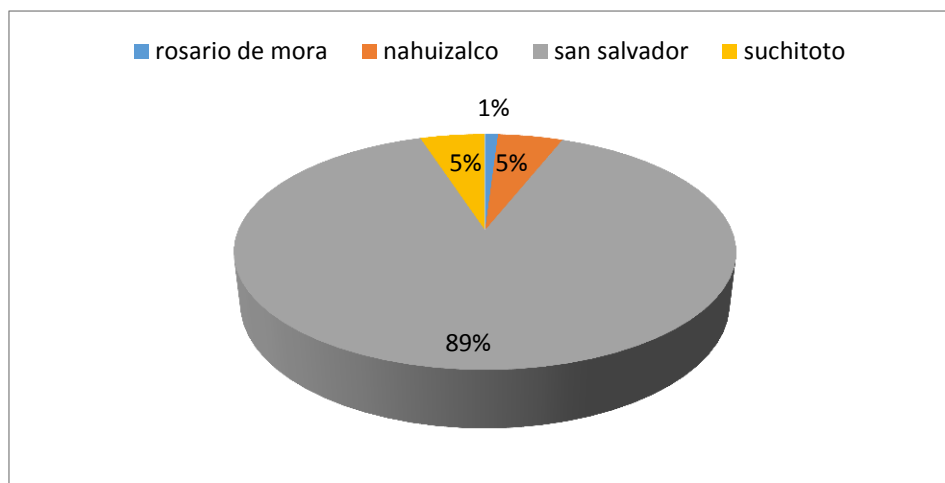
En la pregunta N°3 se puede identificar que el porcentaje más alto es el 70% donde las personas respondieron que viven en antiguo Cuscatlán. Y un 30% respondió que no vive en antiguo Cuscatlán.

Tabla 2

¿Si no es de este municipio de dónde procede?:

N°	Alternativa de respuesta	frecuencia	%
1	Rosario de Mora	1	1
2	Nahuizalco	2	5
3	San salvador	16	89
4	Suchitoto	2	5
	total	20	100

Grafico 2

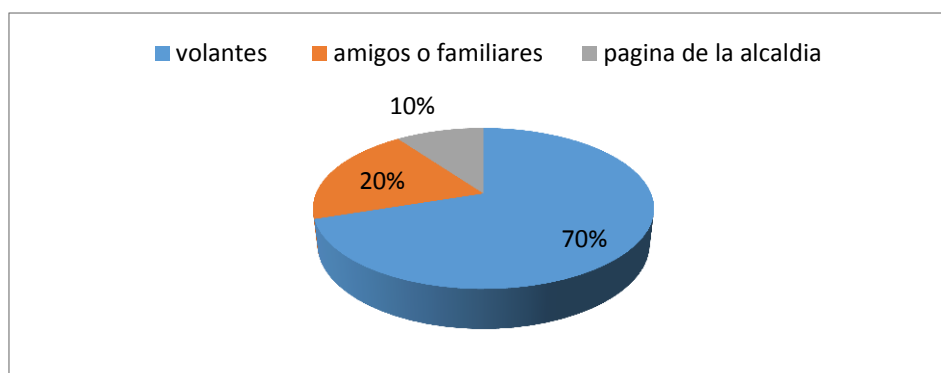


Como se puede observar 89 % procede del municipio de San Salvador; seguido por Nahuizalco y Suchitoto con un 5% cada uno y el 1% que proviene de Rosario de Mora.

4. ¿Cómo se dio cuenta de lo talleres que están impartiendo?

Respondiendo al objetivo específico 1. Identificar los servicios que ofrece la casa de la cultura a los habitantes de antiguo Cuscatlán.

N°	Alternativas de respuestas	Frecuencia	%
1	volantes	40	70
2	Amigos o familiares	15	20
3	Página de la alcaldía	5	10
	Total	60	100

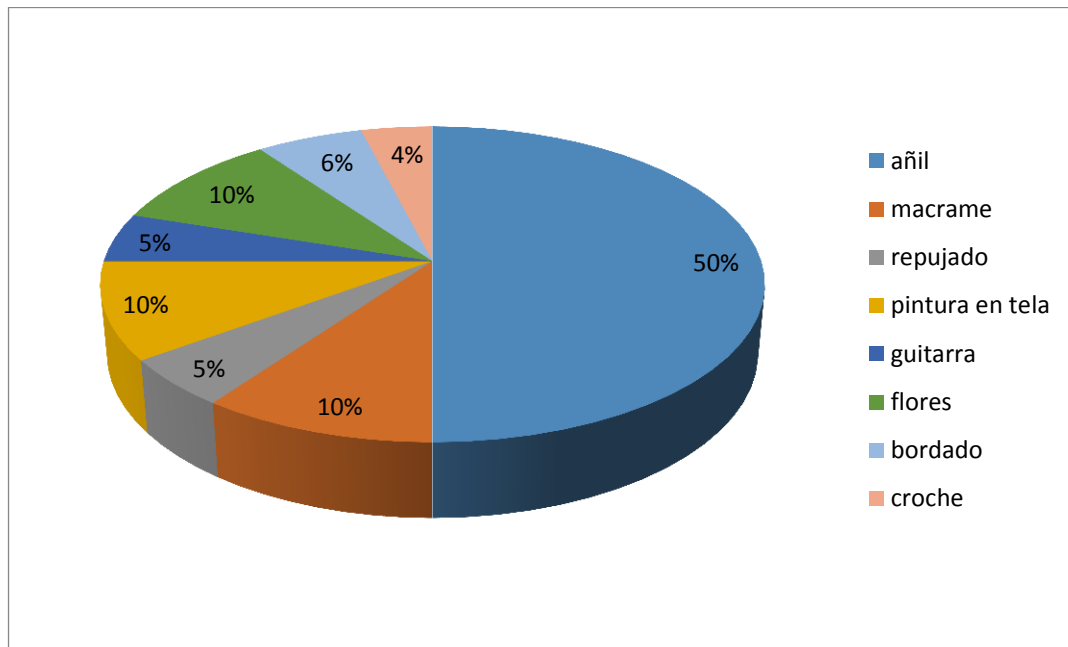


En la pregunta N°4 se muestra que un 70% se dio cuenta de los talleres por medio de volantes, y un 20% se dio cuenta por amigos y familiares, y por lo tanto un 10% nos respondió que se dio cuenta por medio de la página de la alcaldía de antiguo Cuscatlán.

5. ¿Qué taller está cursando?

Respondiendo al objetivo específico 1. Identificar los servicios que ofrece la casa de la cultura a los habitantes de antiguo Cuscatlán.

N°	Alternativa de respuestas	Frecuencia	%
1	Añil	30	50
2	Macramé	5	10
3	Repujado	4	5
4	Pintura en tela	8	10
5	Guitarra	3	5
6	Flores	5	10
7	Bordado	3	6
8	Croché	2	4
	Total	60	100



En la pregunta N°5 se muestra que el porcentaje más alto es el 50% que corresponde al taller de añil ya que es el taller al que más se inscriben los usuarios, y el 10% respondió que va al taller de pintura en tela, un 10% respondió que asiste al taller de macramé y el otro 10% respondió que al taller de flores, el 6% nos respondió que cursa el taller de bordado, un 5% optó por el taller de repujado, el otro 5% cursa el taller de guitarra y el mínimo porcentaje que es el 4% asiste al taller de croché.

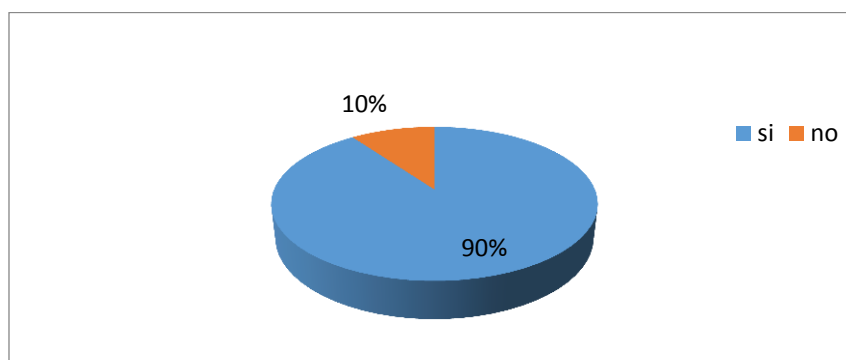
6. ¿Le gustaría asistir a otro taller de lo que están impartiendo?

Respondiendo al objetivo específico 4. Identificar la satisfacción de los usuarios de la casa de la cultura con relación a los servicios que esta presta.

Tabla 1

N°	Alternativa de respuesta	Frecuencia	%
1	Si	50	90
2	No	10	10
	Total	60	100

Grafico 1



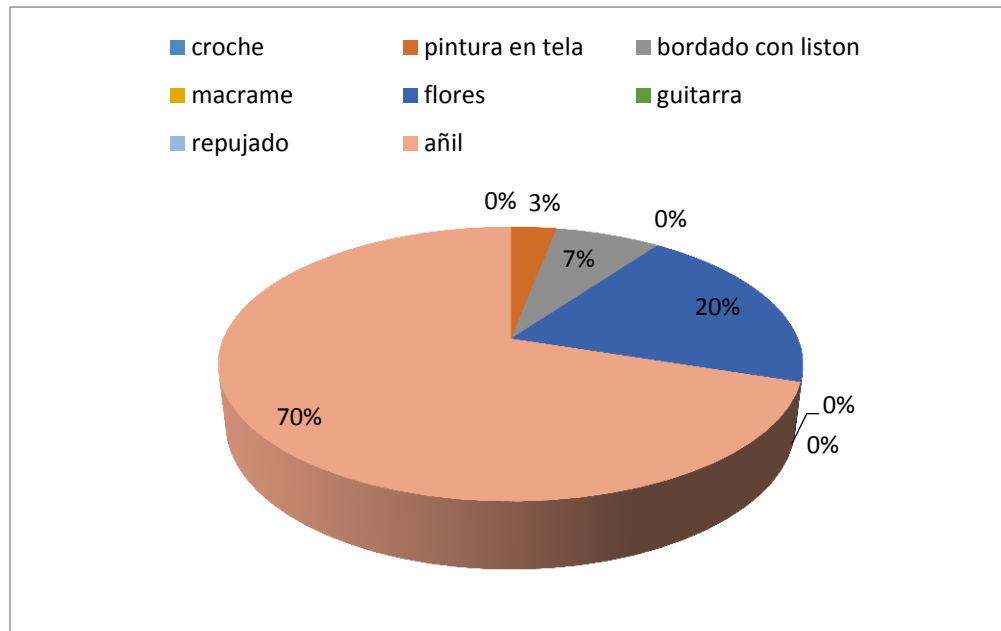
En la pregunta N°6 se puede identificar que un 90% de los alumnos les gustaría recibir otro taller diferente al que están cursando y solo un 10% nos respondió que no le interesa recibir otro taller.

¿Cuál sería?

Tabla 2

Nº	Alternativa de respuesta	Frecuencia	%
1	Añil	30	70
2	Macramé	0	0
3	Repujado	0	0
4	Flores	12	20
5	Croché	0	0
6	Bordado con listón	5	7
7	Guitarra	0	0
8	Pintura en tela	3	3
	total	50	100

Grafica 2



La población total en este grafico es de 50 alumnos, ya que los únicos que expresaron su deseo de inscribirse en otro curso, fueron un 70% en el taller de añil; un 20 % en el de floristería; un 7% en el de bordado con listón y un 3% en pintura de tela.

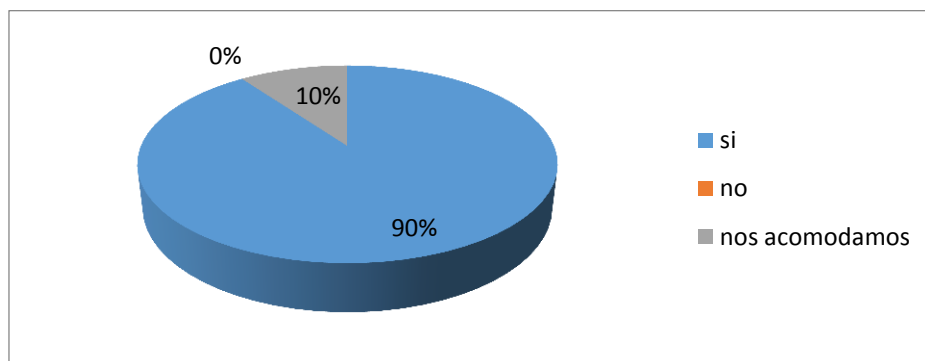
7. ¿cree que el lugar donde se está impartiendo el taller es el adecuado?

Respondiendo al objetivo específico 4. Identificar la satisfacción de los usuarios de la casa de la cultura con relación a los servicios que esta presta.

Tabla 1

Tabla N°	Alternativa de la pregunta	Frecuencia	%
1	Si	50	90
2	No	0	0
3	Nos acomodamos	10	10
	total	60	100

Grafica 1



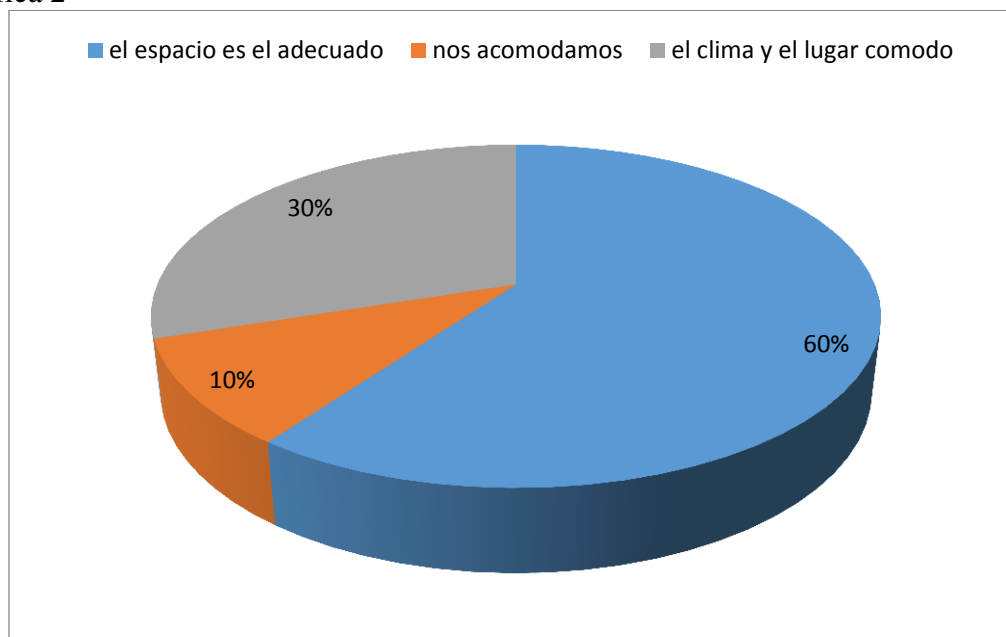
En la pregunta N°7 se muestra que un 90% respondió que el lugar donde reciben el taller si es el adecuado, mientras un 10% respondió que se acomodan y 0% no le parece adecuado.

¿Por qué?

Tabla 2

N°	Alternativa de respuestas	Frecuencia	%
1	El espacio es el adecuado	30	60
2	Nos acomodamos	10	10
3	El clima y el lugar cómodo	20	30
	Total	60	100

Grafica 2

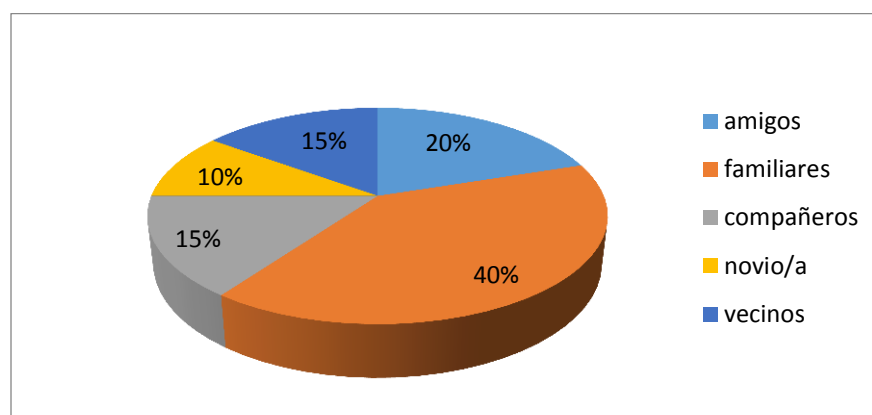


El 60% opina que el espacio es adecuado; el 30% que el clima y el lugar es cómodo; y el 10% dicen que se acomodan a las condiciones en las cuales se desarrolla el taller.

8. ¿Ha promovido alguno de los talleres?

Respondiendo al objetivo específico 4. Identificar la satisfacción de los usuarios de la casa de la cultura con relación a los servicios que esta presta.

N°	Alternativa de respuestas	Frecuencia	%
1	Amigos	15	20
2	Familiares	20	40
3	Compañeros	10	15
4	Novio/a	5	10
5	Vecinos	10	15
	Total	60	100



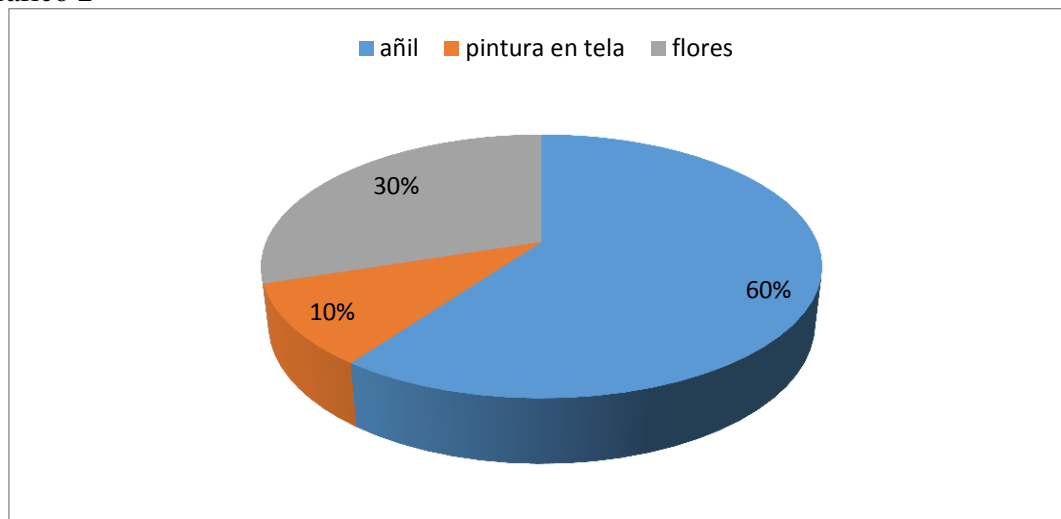
En la pregunta n° 8 se muestra que un 40% de los alumnos han promovido los talleres con sus familiares, un 20% respondió que han promovido los talleres con sus amigos un 15% con sus compañeros, el otro 15% con sus vecinos y solo un 10% lo han promovido sus novia/o.

¿Cuáles ha promovido?

Tabla 2

N°	Alternativa de respuestas	frecuencia	%
1	Añil	30	60
2	Pintura en tela	10	10
3	flores	20	30
	Total	60	100

Grafico 2

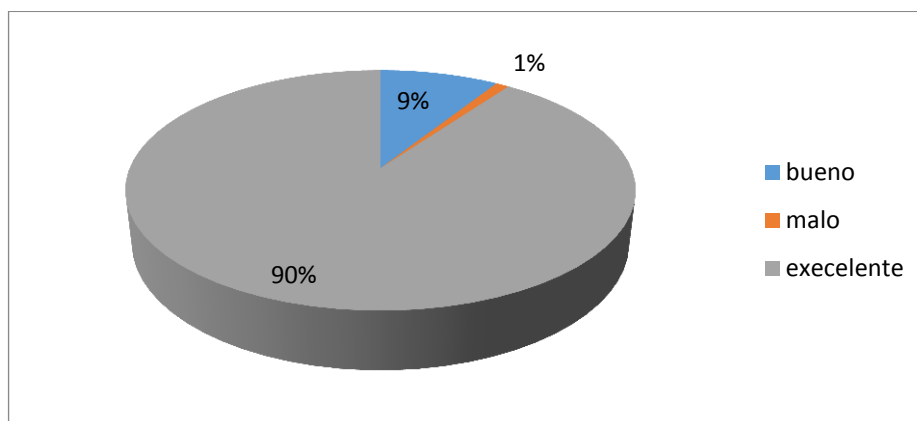


El 60% ha promovido el taller de añil con un 60%; el 30% ha promovido el taller de flores y un 10% el taller de pintura.

9 ¿Cómo clasifica la atención del personal de la casa de la cultura?

Respondiendo al objetivo específico 4. Identificar la satisfacción de los usuarios de la casa de la cultura con relación a los servicios que esta presta.

N°	Alternativa de respuesta	frecuencia	%
1	Bueno	5	10
2	Malo	1	1
3	Excelente	55	90
	Total	60	100



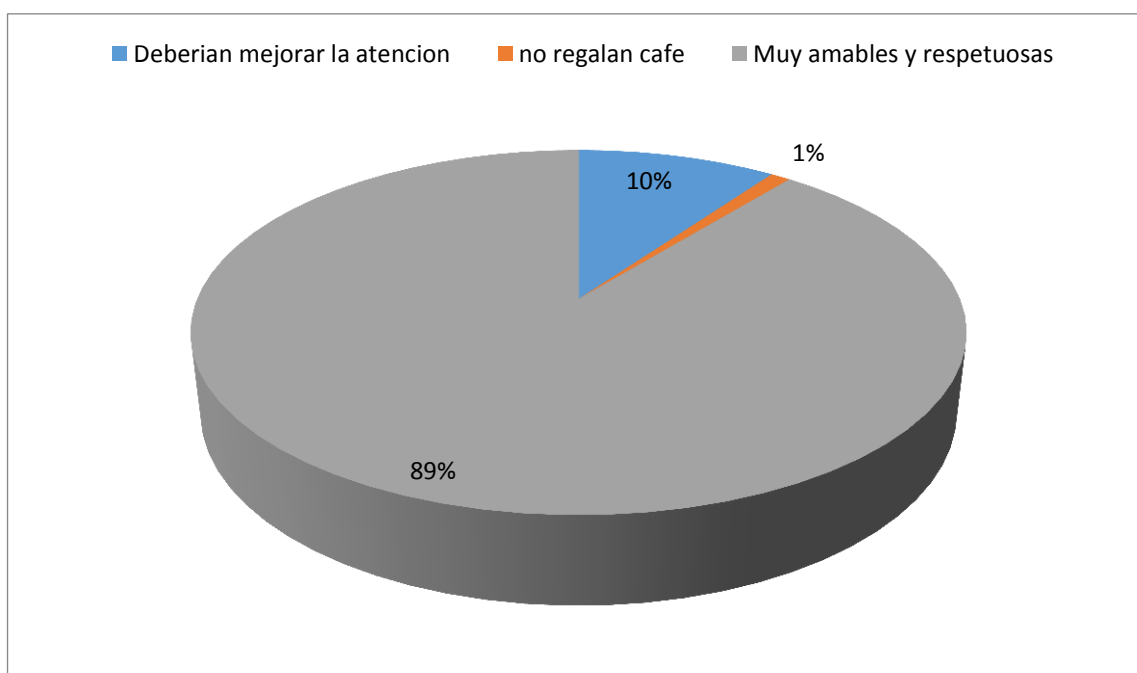
En la pregunta n°9 se puede identificar que 90% clasifica la atención personal de la casa de la cultura como excelente, solo 9% lo clasifico como bueno, el 1% malo.

¿Porque?

Tabla 2

N°	Alternativa de respuestas	frecuencia	%
1	Deberían mejorar la atención	5	10
2	No regalan café	1	1
3	Muy amables y respetuosos	55	90
	total	60	100

Grafica 2



El 90% de los encuestados opinan que el personal de Casa de Cultura son muy amables y respetuosos; un 10% afirman que deberían de mejorar la atención y un 1% considera que deberían regalar café.

4.2. Análisis de Entrevista

4.2.1. Entrevista a casa de la cultura

Objetivo específico 1. Identificar los servicios que ofrece la casa de la cultura a los habitantes de antiguo Cuscatlán.

Pregunta	Yolanda de Sigüenza (coordinadora)	Salvador Amílcar Nieto Flores(auxiliar)	Berta Coto (auxiliar)	Síntesis
¿Cuál es el objetivo de la casa de la cultura?	Casa abierta para las personas que desean aprender una manualidad que ofrecemos.	Es elaborar documento y promover la identidad del municipio.	Promover la cultura de nuestro país.	Los tres nos dieron diferentes opiniones acerca del objetivo de la casa de la cultura, solo dos coincidieron en promover identidad cultural. Complementándose entre sí.
¿Qué tipos de talleres y otros servicios que ofrecen?	• Añil • Macramé • Pintura en tela • bordado • flores • guitarra • exposiciones • capacitación • ayudan a centros educativos y escuelas privadas.			Los tres coincidieron que brindan talleres de manualidades y actividades culturales. Asimismo brindan servicios de capacitaciones, organizan exposiciones y

		eventos culturales, colaboran con la enseñanza de los colegios y centros educativos; ya que les proporcionan a personal para que les brinde capacitaciones o desarrollen un curso sobre cualquiera de los talleres que ellos brindan, pero en las instalaciones de los colegios o centros escolares.
¿Cómo ustedes dan a conocer estos talleres que tipos de promoción realizaron?	• Volantes • Periódico mural • Información de personas	Los tres manifestaron que utilizan los mismos recursos pero el que mejor les funciona son los volantes.
¿Qué tipo de apoyo recibe por parte de la alcaldía?	• Pago de local. • Pago de empleados. • Apoyo de insumos. • Artículos de limpieza. • Apoyo económico. • Prestación del lugar para realizar actividades.	Los tres manifestaron que les ayuda con lo mismo.

4.2.2. Entrevista a secretaria de la cultura y alcaldía de Antigua Cuscatlán.

Objetivo específico 2. Indagar el apoyo que recibe la casa de la cultura por parte de la alcaldía de Antigua Cuscatlán.

Objetivo específico 3. Indagar el apoyo que le brinda la secretaria de la cultura a la casa de la cultura de Antigua Cuscatlán.

Pregunta	Carlos Trinidad (alcaldía Municipal)	Ernestina del Carmen Cruz Ayala (secretaria de la cultura)	Síntesis
¿Qué departamento es utilizado para difundir las actividades de la casa de la cultura?	Relaciones públicas.	No ayudan.	La alcaldía municipal es el único que ayuda a difundir las actividades de la casa de la cultura por medio de la fan page en FB y en la página web de la alcaldía.
¿Cómo se	Brinda apoyo	Material	La que más se

involucran en las actividades de la casa de la cultura?	proporcionan -do personal que colabora con el desarrollo de los eventos. • prestación de local. • económicamente.	• económicamente	involucra es la alcaldía municipal. Y las dos instituciones les ayudan económicamente.
--	---	--	---

Capítulo V

5.1 Conclusiones

1) El objetivo general de esta tesina era el diagnosticar que estrategias comunicacionales utiliza la casa de cultura de Antigua Cuscatlán para dar a conocer las actividades que realiza con el propósito de difundir la cultura y las artes en el municipio.

Durante la investigación se pudo constatar que la casa de cultura está muy bien organizada y los servicios que proporciona a los habitantes son muy apreciados por los asistentes a los talleres, el único problema es la poca promoción que existe de ellos, ya que la alcaldía de Antigua Cuscatlán les cubre sus actividades pero al revisar la página web y de Facebook de la Alcaldía no hay ninguna sección que pertenezca a la casa de cultura.

La promoción que realiza la casa de cultura son volantes que distribuyen en los periódicos del municipio y la promoción que los alumnos realizan de boca en boca. Pero no hay un plan de comunicaciones que le permita desarrollar acciones tendientes a promover su tan importante trabajo para la cultura y educación en el país.

2) Los servicios que la casa de cultura le ofrece a los alumnos y visitantes son de mucha calidad y con mucha dedicación. Si partimos de la valiosa colaboración que proporcionaron para realizar esta tesina, se puede aseverar que son muy entregados al servicio y atención a las personas que los visitan o con sus alumnos.

Si la demanda es mucha ellos harán lo posible de aumentar los talleres y sus servicios.

Actualmente están impartiendo los talleres de añil, añil avanzado, pintura en tela, croché, arte decorativo, tejidos, bordado con listón, repujado, guitarra y macramé; los mismos alumnos dicen que les gusta el lugar donde reciben sus talleres, algunos tienen uno que otro problema para ejecutarse y es más que nada en espacio, pero la alcaldía del municipio le proporciona locales o les ayudan a alquilar espacios más adecuados, asimismo pagan a los capacitadores o maestros que necesiten.

También le ofrecen el servicio de capacitaciones o talleres a los colegios, institutos o centros educativos que lo soliciten, seleccionando a un profesor o capacitador para que les imparta lo que ellos solicitan, sea taller de añil, repujado, etc.

3) Específicamente el apoyo que recibe la casa de cultura de la alcaldía de Antiguo Cuscatlán es muy importante y de gran empuje para la ejecución de sus actividades, les ayudan en lo que ellos le solicitan y por lo que se ha apreciado las solicitudes que la Directora de la casa de cultura les hace siempre son escuchadas.

4) La Secretaria de Cultura por su parte cumple con lo especificado en la Ley y en lo que el gobierno le permite ayudar, con poco presupuesto, es muy lamentable que la cultura y la educación en esta modalidad a la institución rectora de la cultura en el país no les brinde el apoyo que necesita, no hay capacitaciones, asesorías, cursos, acciones de mejora continua, nada.

5) La satisfacción de los usuarios asistentes a los talleres o a cualquiera de los servicios que les pueden brindar es excelente, ellos consideran que hacen su trabajo de la mejor forma posible catalogándolos casi el 100% de sus alumnos con un excelente servicio y la prueba es que vienen a la casa de cultura de Antiguo Cuscatlán desde Suchitoto, Nahuizalco, Rosario de Mora y de San Salvador; definitivamente existen casa de cultura en esos municipios pero ellos deciden mejor venir hasta el municipio de Antiguo Cuscatlán dos veces a la semana a recibir su capacitación en el taller que más les gusta, eso dice mucho, concluyendo fácilmente que los usuarios están satisfechos con los servicios que reciben.

6) Se concluye que el problema más grande que tiene la casa de cultura de Antiguo Cuscatlán es la estrategia de comunicación que utilizan para dar a conocer de sus servicios.

El municipio posee una población de más de 33,000 habitantes y la casa de cultura cuenta actualmente con 60 alumnos, eso significa que no posee un plan de comunicaciones que contenga estrategias de comunicación que ellos puedan utilizar.

Si se accesa a la página web de la alcaldía de Antiguo Cuscatlán, a buscar un sitio específico de la casa de cultura no existe, sus actividades se promocionan dentro de las actividades que realiza el municipio en general, quedan diluidas entre tanta información. Asimismo las actividades que están reflejadas en la página web son del año 2014 y solo del taller donde se enseña a elaborar flores en el cual la mayoría de usuarias son señoras de la tercera edad, no es muy favorable el solo tener como 5 imágenes de los

mismos usuarios. Definitivamente la concepción que se hace cualquier persona al ver ese tipo de información es que la casa de cultura solo atiende a personas de ese grupo etario.

La estrategia de volanteo les ha funcionado, ya que la ellos mismos han dicho que se han dado cuenta de los talleres por los volantes que han llegado a sus manos.

En estos tiempos la comunicación virtual conformada en el 100% por las redes sociales es muy importante y está al alcance en la palma de la mano de cualquier persona, se constató que la casa de cultura no tiene un correo electrónico propio, ni página de Facebook, mucho menos instagram.

Si en el volante que distribuyen pusieran las direcciones de las redes sociales y de correo electrónico, las personas rápidamente en su celular buscarían que servicio ofrecen, hay que recordar que una imagen habla más que mil palabras.

5.2 Recomendaciones

En la conclusión del objetivo específico en el cual se debe de determinar las estrategias de comunicación que utiliza la casa de cultura para dar a conocer sus servicios, se concluye que la utilización de las mismas es casi nula, el solo utilizar medios de comunicación virtual que son de completa exclusividad de la alcaldía como la página web y el Facebook, así como la única estrategia propia de distribuir volantes en los periódicos, se ve que no es suficiente.

La primera recomendación es que soliciten una computadora y acceso a internet a la alcaldía de Antiguo Cuscatlán, justificando que desean ampliar los servicios y que es de suma importancia contar con esa herramienta comunicacional tan importante como es el acceso a la comunicación virtual. Con el apoyo que reciben de la alcaldía esta solicitud no será negada, ya que si se justifica que es la forma más directa y económica para llegar a los habitantes, esa petición será bien escuchada.

La segunda estrategia que se recomienda es solicitar a alumnos de turismo o de comunicaciones que les ayuden a crear un correo electrónico, levantar una página web y sus cuentas en redes sociales; se está muy de acuerdo que el solo entrar a las cuentas, revisarlas y actualizarlas es de invertir mucho tiempo en ello, pero los resultados son muy satisfactorios.

Para no quedarse sin recurso la alcaldía y la dirección de la casa de cultura pueden hacer un convenio de cooperación con alguna universidad que posea las

mencionadas carreras, los jóvenes que respondan a este llamado podrán obtener sus horas de servicio social y aprender mucho de la labor que realiza la casa de cultura.

Como tercera estrategia se les recomienda hacer afiches electrónicos que serán enviados a los correos de instituciones en las cuales podría más de alguna persona estar interesada, ya sea para ella misma o para sus familiares y amigos, así también hacerlos en forma física para que sean colocados en las oficinas de la alcaldía, empresas, en los periódicos murales de colegios y centros escolares

Como cuarta estrategia se recomienda visitar los centros escolares, colegios privados, clubes de la tercera edad y solicitar participar en escuelas de padres, reuniones, conferencias, etc., para explicar de la labor que hacen y los beneficios que proporciona el participar en actividades culturales y de arte.

Referencias

Dawson, G. (1996). *Geografía Elemental*. Paris: Grupo Agrisal

Gobierno de El Salvador. (2017). *Dirección nacional de casas de la cultura para el desarrollo de la convivencia y del buen vivir*. Recuperado de <http://www.cultura.gob.sv/direccion-nacional-de-casa-de-la-cultura-para-el-desarrollo-de-la-convivencia-y-del-buen-vivir-2/>

Gobierno de El Salvador. (2017). *Casa de la cultura serán beneficiadas con la tercera fase del plan de El Salvador Seguro*. Recuperado de <http://www.cultura.gob.sv/casa-de-la-cultura-seran-beneficiadas-con-tercera-fase-del-pess/>.

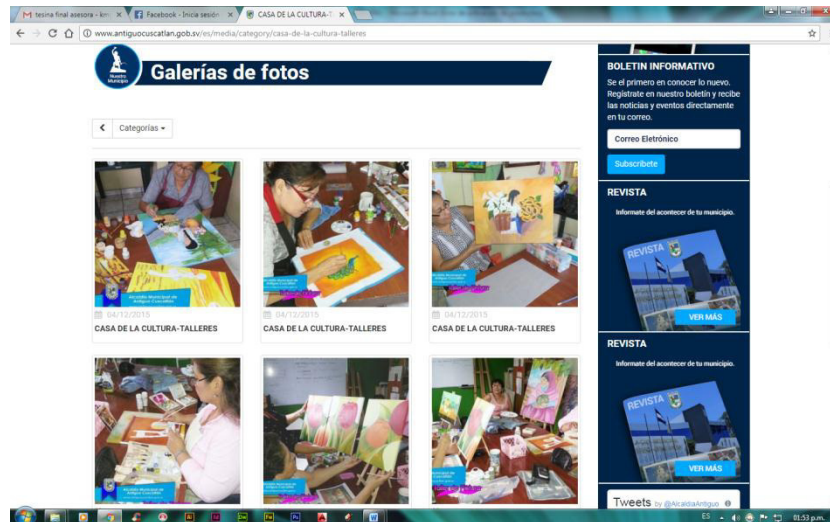
González. (2016). *Problemas en los centros culturales, casa de la cultura y museos de la ciudad de México*. México, D. F.

Anexos

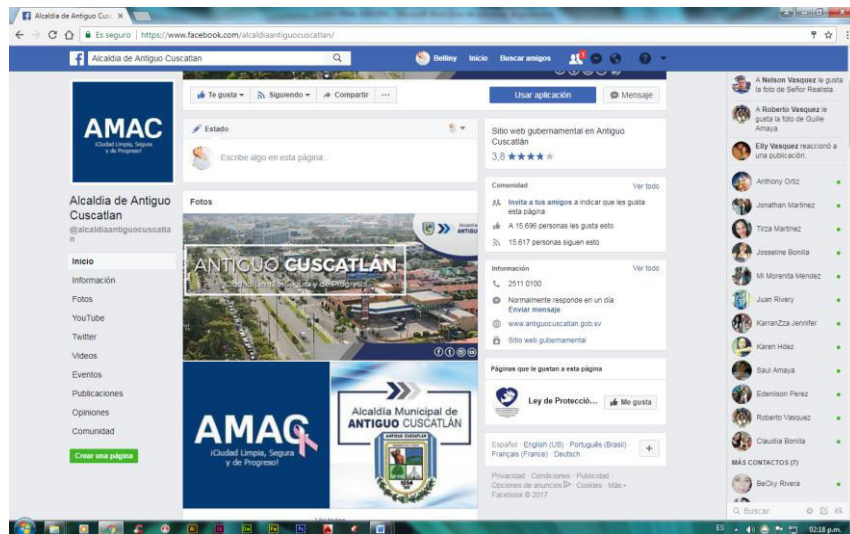
FOTOGRAFIA DE LA CASA DE LA CULTURA DE ANTIGUO CUSCATLAN.



CAPTURA DE PANATLLA DE LA PAGINA WEB DE LA ALCALDIA DE ANTIGUO CUSCATLAN.



CAPTURA DE PANTALLA DE LA PAGINA DE FACEBOOK



FOTOGRAFIA DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

Entrevista con Yolanda De Sigüenza directora de la casa de la Cultura de Antigua Cuscatlán.



Entrevista con Berta Coto auxiliar de la casa de la Cultura de Antigua Cuscatlán.



Entrevista con Salvador Nieto auxiliar de la casa de la Cultura de Antiguo Cuscatlán.



Entrevista Ernestina del Carmen Ayala de secretaria de la cultura.



FOTO DE LOS TALLERES QUE SE ESTAN IMPARTIENDO EN LA CASA DE LA CULTURA DE ANTIGUO CUSCATLAN.

TALLER DE PINTURA EN TELA.



TALLER DE FLORES



TALLER DE CROCHE



SERVICIO DE EXPOCICIONES A LOS CENTROS EDUCATIVOS



BOLANTE CON EL QUE DIFUNDEN LA INFORMACION

*****CASA DE LA CULTURA*****

LES OFRECE TALLERES DE:

AÑIL: Lunes, Miércoles y Viernes de 8:30 a 11:30 a.m. y 1:30 a 4:30 p.m.

AÑIL AYANZADO: Martes y Jueves de 8:30 a 11:30 a.m. y 1:30 a 4:30 p.m.

PINTURA EN TELA: Martes de 9:00 a 11:00 a.m. y 2:30 a 4:30 p.m.

ARTE DECORATIVO: Miércoles de 9:00 a 11:00 y 2:30 a 4:30 p.m.

TEJIDOS: Lunes de 2:30 a 4:30 p.m.

BORDADO CON USTÓN: Viernes de 2:00pm a 4:30 pm.

MACRAMÉ: Lunes y Viernes de 8:30 a.m a 11:30 a.m. y 1:30 a 4:30 p.m.

TALLERES DE NIÑOS:
ARTE DECORATIVO, REPUJADO O PINTURA EN TELA
 : : Viernes de 2:30 p.m a 4:30 p.m.

CUPOS LIMITADO **INFORMACIÓN AL TELÉFONO: 2243-5415**

ENCUESTANDO

