



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

DIFUSIÓN DEL MUSEO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DIRIGIDA A LOS
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MARELYN CAROLINA CASTILLO ORTEGA

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2011





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

DIFUSIÓN DEL MUSEO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DIRIGIDA A LOS
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MARELYN CAROLINA CASTILLO ORTEGA

Previo a optar por el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Otto Roberto Yela

GUATEMALA, NOVIEMBRE 2011





Consejo Directivo

Director

M.A. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

Secretario

Licenciado Alex Santizo

Representantes de Docentes

Licenciado Julio Moreno

M.A. Fredy Morales

Representantes de los Egresados

Licenciado Luis Armando Pavel Matute Iriarte

Representantes Estudiantiles

Adriana Castañeda

Milton Lobo

Coordinador de EPS

M.A. Otto Yela

Supervisora de EPS

M.A. Oneida Rodas





324/2011

Referencia No. MUSAC: _____

Guatemala, 02 de septiembre 2011.

Licenciado
Otto Yela
Coordinador Ejercicio Profesional Supervisado
Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC
Presente

Estimado Licenciado Yela:

Reciba un cordial saludo del Museo de la Universidad de San Carlos -MUSAC-, por este medio me permito informarle que la estudiante Marellyn Carolina Castillo Ortega finalizó su ejercicio profesional supervisado, completando 800 horas de trabajo.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes,

Atentamente,


Licda. Gladys Barrios Ambrocy
Coordinadora
Museo de la Universidad de San Carlos
-MUSAC-

C.c. Archivo



Museo Universidad
de San Carlos -MUSAC-

Proyectando la Cultura a la Sociedad Guatemalteca



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

Guatemala, 4 de noviembre de 2011

Estudiante:
Marelyn Carolina Castillo Ortega
Carné: 199910576
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "Difusión del Museo de la Universidad de San Carlos dirigida a los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Otto Yela
Coordinador EPS Licenciatura





Dedicatoria

Quiero dedicarle este trabajo
A Dios que me ha dado la vida y fortaleza
para terminar este proyecto de investigación,
A mis Padres por estar ahí cuando más los necesité;
a mi hermana por su ayuda y constante cooperación y
A mis amigos y amigas por apoyarme y ayudarme en los
momentos más difíciles.





Abstract

A continuación, presentamos un esquema de un plan de relaciones públicas, con sus diferentes componentes o partes, bajo un orden tentativo, ya que no existe una manera uniforme de estructuración de los mismos. También presentamos algunos conceptos de aclaración sobre las partes del mismo, con el objetivo de afianzar y fortalecer algunas definiciones que hemos aprendido durante el desarrollo de nuestra carrera. Una estrategia de relaciones públicas es la forma de cerciorar de que se puede conseguir una imagen positiva. Es importante implementar una vía de comunicación por medio de las RRPP Para una mejor delineación. El trabajo busca describir e interpretar los procesos comunicacionales que se desarrolla en dicha organización con fin de comprender la lógica de relación de posibles ejes de cambios contribuyendo así, al crecimiento y fortalecimiento de la imagen del MUSEO.





ÍNDICE

TITULO	PÁGINA
1. Introducción	1
2. Justificación	2
3. Diagnóstico	3
3.1 Institución	3
3.1.1 Ubicación Geográfica	4
3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas	4
3.1.3 Origen e Historia	5
3.1.4 Departamentos y Dependencias de la Institución	6
3.1.5 Misión	9
3.1.6 Visión	10
3.1.7 Objetivos Institucionales	10
3.1.8 Público Objetivo	11
3.2 Problema Comunicacional	11
3. Técnicas de Recolección	12
3.3.1 Observación	12
3.3.2 Documentación	13
3.3.3 Entrevistas a Profundidad	14
3.3.4 Grupos Focales	15
3.3.5 Encuesta	16





TITULO	PÁGINA
3.4 FODA	18
3.5 Indicadores de éxito	19
4 Proyecto a desarrollar	20
4.1 Descripción Técnica de la estrategia del proyecto	20
4.2 Objetivos Generales	21
4.3 Objetivo Específico	21
4.4 Actividades que Operativizan la Estrategia	22
4.5 Financiamiento	32
4.6 Beneficiarios	33
4.7 Recursos Humanos	33
4.8 Áreas Geográficas de Acción	33
4.9 Cuadro Operativo de la Estrategia	34
5 Informe de Ejecución	34
5.1.1 Productos impresos	35
5.1.2 Productos Multimedia	35
5.1.3 Talleres y Capacitaciones	36
5.1.4 Sistematización	36
5.2 Programación y Calendarización	38
5.3 Análisis de resultados	39
6. Conclusiones	40





7. Recomendaciones	41
8. Bibliografía	42
9. Anexos	45





1. INTRODUCCIÓN

Todas las actividades humanas, aún sean preponderantes y extraordinarias, necesitan ser publicitadas, requieren ser reconocidas públicamente, para poder ser acogidas o rechazadas por la sociedad.

Las actividades de los grandes imperios eran dadas a conocer a sus pobladores, así como también hemos observado en el trayecto de la historia, que luego de conflictos bélicos o malentendidos verbales, los países beligerantes llevan a cabo una serie de reuniones y tareas con el objetivo de fomentar la diplomacia y las buenas relaciones, estar en paz consigo mismo y con los demás, ha sido el lema de inúmeros personajes, naciones e instituciones, que con su filosofía de desempeño, persiguen mantener el “status quo” de cuánto y cuantos le rodean

Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. MUSAC es una Institución sin fines de lucro que busca principalmente la atención de sus Visitantes y para ello se esta trabajando en la creación de un departamento de Relaciones Públicas. Con el presente informe se da a conocer quien es MUSAC y la forma en la que esta organizada actualmente.

Se busca que a través de la creación de su departamento de comunicación obtenga mayor comunicación entre su público interna y externa, todo a través de las Relaciones Públicas.

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

Durante los meses que llevaría a cabo las prácticas en el MUSAC se colaborará en lo que se refiere a los medios de comunicación, relaciones públicas y otros aspectos para poder divulgar las actividades que se llevaran a cabo cada mes en esta institución.

A continuación, presentamos un esquema de un plan de relaciones públicas, con sus diferentes componentes o partes, bajo un orden tentativo, ya que no existe una manera uniforme de estructuración de los mismos. También presentamos algunos conceptos de aclaración sobre las partes del mismo, con el objetivo de afianzar y fortalecer algunas definiciones que hemos aprendido durante el desarrollo de nuestra carrera.

Agradecemos de antemano la oportunidad brindada para con nosotros al presentar este trabajo, básico e importante en el estudio y formación de nuestra profesión de Licenciatura en Comunicación en el área de Publicidad.



2. JUSTIFICACIÓN

Un museo, según la definición internacional, es «una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, y que efectúa investigaciones sobre los testimonios materiales del ser humano y de su medio ambiente, los cuales adquiere, conserva, comunica y exhibe, con propósitos de estudio, educación y deleite». Un museo cobra sentido en el momento en que sus colecciones entran en contacto con el público. Así, el museo tiende un puente entre el visitante y los objetos que alberga a través del guión, el montaje y una serie de programas y servicios que buscan enriquecer el encuentro del público con las piezas mediante diversos lenguajes.

El quehacer diario de una oficina de comunicaciones en un museo debe partir de las siguientes preguntas: ¿Qué puede contar un museo?, ¿Qué información suministra un área de comunicaciones en un museo?, ¿A quienes se le entrega información?, ¿Cómo?

Establecer un análisis comparativo de la situación social, académica y cultural, retomando los principales elementos del diagnóstico de la institución.

Se propondrá una estrategia de comunicación y mejoramiento a la necesidad de transmitir el ámbito académico destacando las facilidades didácticas del MUSAC como complemento de la educación formal de las áreas básicas del currículum dependiendo de cada unidad académica.

Lograr el rescate de valores que inciden en el fortalecimiento de la identidad personal y cultural de los educandos de la Universidad, cuando se proponen esquemas de autonomía y liderazgo en la construcción de conocimientos a través de los recursos del medio que nos rodea.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación puede apoyar por medio de los epesistas en el área de publicidad y periodismo que quieran hacer sus prácticas en esta institución.

Los medios de comunicación nos puedan brindar un espacio en sus programas culturales para poder brindar la información de las actividades que se realizan cada mes en esta institución.

Apoyar las relaciones públicas del MUSAC y poder contactar los medios por los cuales nos apoyaremos para dar a conocer esta institución educativa y cultural.

Una estrategia de relaciones públicas es la forma de cerciorar de que se puede conseguir una imagen positiva. Es importante implementar una vía de comunicación por medio de las RRPP Para una mejor delineación.

Junto al desarrollo de estos nuevos modelos de comunicación, ofrecer a sus visitantes la posibilidad de revisar sus actuales departamentos de comunicación interna y externa, y se compromete a emitir un informe en el que se recogerán aquellas carencias detectadas, y las soluciones que proponemos para rentabilizar al máximo los canales de comunicación de los que disponga la empresa auditada.



3. DIAGNÓSTICO

Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

El presente diagnóstico desde la comunicación se desarrollo entre los meses de febrero a agosto del año 2011 en el Museo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El trabajo busca describir e interpretar los procesos comunicacionales que se desarrolla en dicha organización con fin de comprender la lógica de relación de posibles ejes de cambios contribuyendo así, al crecimiento y fortalecimiento de la imagen del MUSEO.

A esos fines se presenta el siguiente diagnostico un recorrido que parte de las características principales de la institución sus objetivos que ellos plantean respecto a ella como equipo y planificador desde una perspectiva comunicacional.

3.1. Institución:

Museo de la Universidad de San Carlos.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala como depositaria de la cultura, le corresponde el establecimiento de museos y con el propósito de contar con un centro que cumpla con su fin fundamental de conservar, promover y difundir la cultura y el saber científico, crea el Museo de la Universidad de San Carlos (MUSAC) que viene a llenar un vacío en el ámbito cultural, ya que en la actualidad dicho fin es atendido por varias dependencias universitarias, pero en forma aislada.

De acuerdo a los objetivos planteados, se establece que sea un centro que funciona con el concepto moderno de Museo, como un canal difusor de las actividades universitarias, proyectando una imagen positiva por medio de una comunicación permanente con nuestra sociedad, dando a conocer la magnitud del aporte de la Universidad en el desarrollo de nuestro país convirtiéndose así en un Museo Vivo.

Se ha determinado como un Museo Cultural en donde se valorizará la arquitectura del monumento colonial, centro depositario y conservador del patrimonio mueble, en donde se programen exposiciones didácticas y atractivas, permanentes, temporales e itinerantes, que den participación a los visitantes para establecer la relación museo - público; a la vez realizará actividades de servicio, por medio del programa educativo (programas tales como: Talleres, conferencias, seminarios y cursillos relacionados a la política institucional y nacional), como el medio más efectivo de alcanzar los propósitos culturales de la Universidad.

Dadas las características del MUSAC, de divulgar la cultura y como Unidad de Servicio, a través de su Dirección podrá atender actividades planificadas por las Unidades Universitarias e instituciones a fines.



Los espacios designados serán utilizados para actividades académicas y educativas, los salones tienen la capacidad de 25 a 50 participante, contemplado en el Instructivo de uso de las instalaciones y cuyas actividades no interfieran con las programadas por el museo, la seguridad de sus bienes y sus instalaciones.

Este centro conformará su patrimonio, con los bienes muebles universitarios y el que se forme a través de préstamos, donaciones y adquisiciones propias, usando su colección con fines educativos, introduciéndolos en las exposiciones como vestigios del pasado y como medio de proyectarlos al presente y al futuro, con la historia de la Carolingia y con lo que se hace en la actualidad, como un proceso continuo de aprendizaje en la educación superior, siendo el MUSAC un lugar invitador, divulgador de la creación artística, tecnológica y científica del hombre.

Para su funcionamiento se plantea contar con una organización propia, conformada por su administración y las unidades afines al quehacer de los Museos, tendrá por funciones: divulgar, conservar, investigar y exponer con independencia programática, a la vez se ha concebido como un trabajo multidisciplinario con personal especializado, incorporándose con ello al movimiento de los museos nacionales e internacionales.

El Museo de la Universidad de San Carlos, funcionará como un Museo Cultural académico, en donde cada objeto expuesto tendrá vida propia y transmitirá un mensaje por sí solo, en donde la arquitectura del edificio contribuirá a visualizar la expresión de lo exhibido, imprimiendo en el visitante a través de la imagen y de la arquitectura un mensaje cultural.

Se pretende que dentro de nuestras propias características de Museo universitario, nuestra Alma Mater pueda proyectarse académicamente y en una forma nueva al conglomerado nacional y mundial dando una interpretación genuina del significado de la institución para Guatemala, cumpliendo con su función de protectora y difusora de la cultura.

3.1.1 Ubicación Geográfica:

9ª. Avenida 9-79 zona 1, Centro Histórico de la Ciudad Guatemala.

3.1.2 Integración y Alianzas Estratégicas:

Desde su fundación el MUSAC, cuenta con la colaboración de personas individuales, profesionales, artesanos, historiadores, músicos, científicos entre otros. Además cuenta con el apoyo de algunas facultades, escuelas y colegios profesionales de la Universidad así también de instituciones privadas del país, embajadas y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a fin del quehacer académico cultural educativo del –MUSAC–

Así mismo a través de la tecnología(internet) se ha incorporado a la era globalizada de la comunidad y establecido enlaces con instituciones nacionales e internacionales, como: El Instituto Latinoamericano de Museología –ILAM- Costa Rica, Instituto Smitsonian EE.UU., el Consejo Internacional de Museos de Paris, Francia, la Fundación Paúl Getty EE.UU, Museo Olmedo Patiño México, entre otros.



Además se ha logrado la conformación de la Asociación de Conservadores de archivos, Bibliotecas y Museos de Guatemala y el comité guatemalteco del Consejo Internacional de Museos ICOM.

Apoyos al presupuesto:

El museo nace como una identidad de servicios, sin fines de lucro, adscrita a la Universidad de San Carlos de Guatemala. Maneja un presupuesto de funcionamiento, por lo que para asegurar su permanencia a futuro sostenibilidad es prevenir algunas opciones de financiamiento. Por ser una identidad de la universidad estatal, cuenta con exoneración de impositiva, lo que le permite aceptar donativos y le da la potestad de realizar acciones a lograr su sostenibilidad. El museo de la Universidad de San Carlos cuenta con dos presupuestos: Ordinario y autofinanciable.

Ordinarios:

El presupuesto que le asigna la Universidad al Museo es la siguiente:

77% en sueldos de personal

23% el funcionamiento (mobiliario, equipo, materiales, suministros, servicios, pago de teléfono, mantenimiento)

Autofinanciable:

Este no lo da la Universidad se obtiene del ingreso del público, alquiler del salón Mayor, visitas guiadas, talleres, cursos, exposiciones-venta, venta de productos, tienda.

Ingresa el 100%

Egresa el 90% se gasta en mantenimiento del salón Mayor, materiales etc.

El 10% se le da la Universidad San Carlos de Guatemala.

El MUSAC no recibe financiamiento de ninguna entidad o institución.

3.1.3 Origen e Historia:

1980 La creación del Museo se inicia según consta en el acta del C.S.U. 44-80 Inciso 3.5 por medio de una transferencia para el estudio de restauración del Antiguo Edificio de Derecho, declarado Monumento Nacional en junio de 1970.

El Proyecto del Museo Universitario fue aprobado en el Acta del C.S.U. 46-80, Inciso 3.3.6.3 designándose para su instalación el edificio en mención

1981 Sus primeros pasos son el inicio del registro del Patrimonio Mueble Universitario y la fundación del Taller de Restauración.

1985 La División de Servicios Generales inicia los trabajos de restauración del edificio.

1988 Los trabajos son parcialmente concluidos; iniciándose la atención de actividades de las distintas unidades universitarias, en el Salón General Mayor y el estudio para el funcionamiento del Museo.

1990 El Proyecto de organización y Montaje pasa a cargo de la Dirección General de Extensión Universitaria.



- 1991 Se logró el primer apoyo financiero para la fabricación de Mobiliario de las primeras salas del Museo y la asistencia de un experto en Museos Universitarios, entregándose oficialmente el **Proyecto Final** de implementación.
- 1992 Se debe tramitar de nuevo el apoyo financiero al no lograrse la adquisición de lo planificado. Reasignándose los fondos en el Acta del C.S.U. 21-92, adquiriéndose el Mobiliario Museográfico solicitado.
- 1993 Los trabajos de reconstrucción están en su etapa final, y se cuenta con el mobiliario para las primeras salas de exposición. Pero, no se cuenta con un presupuesto para poner en marcha el Programa del Museo Universitario.
- 1994 En el Acta del Consejo Superior Universitario No. 12-94 se asignó presupuesto para el funcionamiento. Inaugurándose oficialmente el 22 de junio, con tres salas de exposición permanente y una sala de exposición temporal, y el programa educativo

Este monumental inmueble ha sido mudo testigo de acontecimientos sociopolíticos de trascendencia para el país entre ellos podemos mencionar.

- 1823 Proclama de absoluta independencia de Centro América, redacción del documento que abolió la esclavitud y la elaboración de la Constitución Federal.
- 1884 Se instaló el salón Mayor, la Biblioteca Nacional que funcionó hasta 1957. La facultad de Derecho funcionó en este edificio hasta su traslado a la Ciudad Universitaria en 1973.

3.1.4 Departamentos y Dependencias de la Institución:

COORDINACIÓN

Las carteleras se encuentran en secretaría y se coloca correspondencia (invitaciones de otros museos al MUSAC). Además, se programa de acuerdo a Extensión Universitaria.

El tipo de comunicación que se utiliza dentro del museo es oral, escrita y electrónica. Escrita para hacerla oficial a través de memos, y vía oral o electrónica cuando se hace necesario. Las sesiones generales se efectúan ocasionalmente, cuando se hace necesario o se ve la necesidad. Y se anticipan una semana antes a través de un memo. Otros documentos de correspondencia que utilizan son: cartas, invitaciones, solicitudes, entre otras.

CONTROL

Dentro del MUSAC se lleva un libro de asistencia, ahí se registran las entradas y salidas del personal. Así como las llegadas tarde y las inasistencias. La encargada de llevar este control es la tesorera o la directora. Al igual que la actualización de inventarios físicos que se realiza al inicio de cada año. Por otro lado, la elaboración de expedientes administrativos los realiza la asistente de secretaría. Es importante mencionar que en el museo no se realiza evaluación del personal.



SUPERVISIÓN

La supervisión es constante y se realiza por medio de comentarios y observación. En sí, no hay una persona encargada de supervisar, y no existen instrumentos de supervisión.

La organización del Museo, se contempla a través de la planificación de los diferentes proyectos.

ÁREA ADMINISTRATIVA

Director del museo: “es la autoridad superior del Museo, las actividades planificadas por el personal quedarán supeditadas a lo que dictamine la dirección en reunión con el Consejo Técnico. Dictar medidas convenientes para el progreso de la institución y mantener el orden y la disciplina del Museo.

Secretaria: su objeto es contribuir a las gestiones del Museo, mediante la asistencia permanente en distintas actividades que le sean asignadas, auxiliar en la atención al público, organización de agendas, solución de aspectos de naturaleza administrativa de la institución a efecto de coadyuvar en la toma de decisiones y apoyar en la supervisión del buen funcionamiento del museo.

Tesorera: corresponde a esta unidad velar por la correcta aplicación de los recursos financieros, para que el gasto de la institución se mantenga equilibrado e integrar el presupuesto anual de ingresos y egresos de las distintas áreas del Museo; su ejecución y control así como la recaudación, depósito y custodia de los fondos y valores del museo. Llevar control financiero de los distintos proyectos autofinanciables y realizar el pago de proveeduría.

Encargado de tienda: planificar, ejecutar, controlar las acciones pertinentes para la organización de la tienda, generar fondos por la comercialización de objetos artísticos, artesanales y promocionales para lo cual deberá hacer los contactos correspondientes con los proveedores, también se encarga de cobrar el ingreso a los visitantes.

ÁREA TÉCNICA

Curadora: unidad encargada de planificar, investigar y evaluar la realización de exposiciones y publicaciones de apoyo internas de las exhibiciones. Le corresponde el control y evaluación de montaje de exposiciones externas, nacionales e internacionales, temporales e itinerantes. Así como fijar criterios de selección y ponderación de piezas y obras de las colecciones que participen en las exposiciones.

Educadora: unidad encargada de planificar, programar, ejecutar y evaluar actividades culturales y educativas integradas a las exposiciones y/o de promoción y difusión de la cultura en general. Da a conocer en diferentes niveles educativos del sector universitario los contenidos temáticos de las salas de exposición y la calendarización de las actividades del Museo.

Maestra guía: la unidad se encargará de responder a la necesidad educacional y académica del Museo, de acompañar al visitante individual o en grupo para profundizar, explicar y/o ampliar los contenidos temáticos de las exposiciones, indicar la circulación



más provechosa del recorrido u orientar la disposición física de los distintos servicios que el museo le puede brindar, además genera material educativo de apoyo.

Conservador: unidad encargada del registro y catalogación de las colecciones y medidas preventivas en exposición de objetos museables, incluyendo el inmueble por su categoría de Monumento Nacional.

ÁREA DE SERVICIOS

Servicios: área a cargo del aseo y ornato del edificio, limpieza y mantenimiento de mobiliario de salas de exhibición, servicios al público, oficinas y equipo del Museo.

Agente de vigilancia: unidad a cargo de resguardar el orden y seguridad física del público, del personal, de los bienes patrimoniales depositados en el Museo, del interior y alrededores del edificio universitario; estableciendo mecanismos de seguridad para prevenir situaciones de riesgo.”

El museo tiene las siguientes salas al servicio del público

Salón Mayor

Se utiliza para actividades internas y externas del MUSAC, su uso es autorizado por Dirección.

Patio Central

Se encuentra una fuente, se utiliza para realizar actividades culturales, sociales, educativas y recreativas.

Salón Educativo

Se utiliza para realizar actividades educativas, cuenta con mobiliario, y equipo audiovisuales.

El MUSAC cuenta con salas de exposiciones Permiten encuentros inmediatos con el conocimiento vivencial. Cuenta con salas de exhibición con temática permanente las cuales varían en contenidos.

Galería de arte

Se estableció la Galería de Arte dentro del Museo, para alcanzar el equilibrio entre educación, como fin fundamental de la Universidad, promoviendo y difundiendo el arte moderno y contemporáneo, dando oportunidad a los artistas y estudiantes de las artes plásticas nacionales e internacionales a divulgar y promover sus obras.

Sala histórica del edificio

Esta sala tiene el propósito de mantener vigente la revalorización del “edificio sede” del Museo Universitario, a través de la exposición histórica, con la cual se llena un el vacío



informativo y visual del Monumental edificio, dando a conocer más a fondo los pormenores que rodearon su construcción, consolidación y restauración para la puesta en valor del inmueble universitario por su valor histórico y estético.

Claustro

En el Claustro se presenta las piezas del mes y exhibiciones itinerantes de temas nacionales e internacionales, de carácter temporal, a solicitud de personas e instituciones interesadas, con una amplia variedad de temas de interés nacional.

Sala de las culturas

En esta Sala se exaltan las similitudes y diferencias que existen entre las culturas nacionales e internacionales que tienen un papel importante en el desarrollo del país, contando para lograr nuestros propósitos con la colaboración a Centros Regionales Universitarios, Casas de la Cultura, Asociaciones Étnicas y las Embajadas acreditadas en nuestro país.

Salas facultativas

En esta sala se montan exposiciones de carácter temporal, como un espacio asignado a la difusión de la labor y logros obtenidos por las distintas facultades o dependencias universitarias en las que se exhiben resultados de investigación científico-tecnológico y social-humanístico.

Salas históricas

Esta exposición es la muestra principal del Museo de la Universidad, su finalidad es presentar generalidades del inicio de la institución, fundación, desarrollo, su autonomía y el aporte a la sociedad en general según el devenir histórico de la tricentaria Universidad de San Carlos de Guatemala, cuarta fundada en América y primera a nivel centroamericano.

Áreas Especiales

El taller de Restauración, Museografía y almacenaje de obras del Museo. Estas áreas están restringidas al público.

Salón Biblioteca del Libro Antiguo

Se ubica en lo que fuera el Decanato y salón de lectura. Se encuentra una cantidad de libros que datan de fechas muy importantes.

3.1.5 Misión

“Somos una entidad de servicio que contribuye a la difusión de la cultura y el saber científico. Medio dinámico de brindar educación a través de exposiciones permanentes, temporales, itinerantes y actividades educativas y culturales multidisciplinarias que fortalecen en la comunidad los vínculos de identidad, fraternidad, solidaridad y respeto por la naturaleza. A la vez que conserva los bienes naturales del pasado y presente con el compromiso de presentarlos para generaciones venideras”



3.1.6 Visión

“Ser una unidad de extensión con vocación intercultural, académica, museológica, participativa con programas novedosos y dinámicos que investiga, divulga, expone, educa y fomenta los valores para la convivencia pacífica de respeto al medio ambiente y la superación sostenible de la comunidad. Contribuyendo así al desarrollo de la sociedad guatemalteca.

Con programas novedosos y dinámicos, de fines didácticos, permite el encuentro entre generadores de bienes de cultura y espectadores, logrando la participación del visitante para que aprecien y valoren las cualidades tecnológicas, históricas y estéticas de culturas propias y extranjeras”

3.1.7 Objetivos Institucionales:

El Museo establece los siguientes objetivos:

Objetivos generales

- Promover la difusión cultural, enfocando aspectos de identidad nacional, contribuyendo en el desarrollo del país y de la Universidad.
- Constituirse como centro que desarrolle la educación como fin principal, a través de sus actividades con temas culturales, artísticos y científicos.
- Manifestarse como centro difusor del que hacer universitario que expone y difunde la cultura, el arte, la ciencia y la tecnología, razón de ser de la Universidad de San Carlos.
- Mantener el vínculo entre pueblo y Universidad en sus distintos niveles, a través de la generación de exposiciones y actividades educativas y académicas.
- Cooperar estrechamente con otras instituciones nacionales e internacionales afines, para la promoción y exaltación de la cultura, el arte y la ciencia de nuestro país.
- Proporcionar a la comunidad universitaria y al pueblo de Guatemala los beneficios de una museología dinámica adecuada, que invite a la participación activa del público visitante.
- Motivar a involucrarse voluntariamente en la participación de actividades museológicas que promuevan el desarrollo del arte, la ciencia y la cultura.
- Promover y difundir los avances y logros que la Universidad aporta al desarrollo del país en materia de cultura, ciencia, tecnología, historia, arte, medio ambiente y cultura de paz.

Objetivos específicos

- Difundir por medio de exposiciones educativas la labor creativa surgida en el seno de la Universidad y de la cultura guatemalteca.
- Fomentar la investigación en sus distintos niveles como medio de divulgar la cultura y el que hacer universitario.



- Constituirse como centro que desarrolle la educación, como fin principal a través de actividades con temas que animen y promuevan la cultura. Logrando la participación de la comunidad universitaria y público en general.
- Salvaguardar el patrimonio mueble universitario y nacional por medio de la preservación, conservación y/o restauración.
- Identificar, catalogar e inventariar los distintos bienes muebles que la Universidad posee en las distintas unidades académicas y/o administrativas. Locales regionales.
- Establecer coordinación en la realización de actividades con dependencias universitarias y extra-universitarias estatales o privadas dentro y fuera de sus instalaciones.
- Mantener actualizada a la institución en comunicaciones y tecnología.

3.1.8 Público Objetivo:

Comunidad Universitaria: Primer grupo objetivo y lo identificamos como nuestro deber primordial, organizar actividades multidisciplinarias que elevan su caudal de conocimientos y experiencias.

Comunidad Estudiantil y Magisterio: Segundo grupo objetivo comprende todos los niveles educativos a través de las distintas actividades que el Museo tiene previstas. Se propone motivar al estudiante con metodologías participativas que beneficien su superación individual y colectiva.

Publico General: Tercer grupo objetivo a través de su participación espontanea y casual, encontraran un mundo de conocimientos, por medio de talleres, actividades y conciertos que el Museo tiene previstas realizar en el transcurso del año.

Turismo Nacional e Internacional: Cuarto público objeto tiene la oportunidad de disfrutar de la majestuosidad de los antiguos espacios arquitectónicos del edificio sede del Museo Universitario construido en la época colonial, el recorrido por sus salas de exposición en donde se presentan los aspectos históricos, artísticos, científicos y culturales.

3.2 Problema Comunicacional:

Antes de llegar a la definición de la comunicación en el museo debemos hacer una breve referencia al valor del lenguaje como soporte de esta comunicación, su finalidad y la variedad de público con la que se enfrenta determinan las características de sencillez, claridad y rigor. El museo debe constituirse como una institución concedora y satisfactoria de las necesidades de la comunidad y del público.

- ❖ Identificación del publico objetivo
- ❖ Definir el posicionamiento de entidad imagen institucional
- ❖ Relación entre museo y medios de comunicación
- ❖ Clases y modelos de materiales para difundir las actividades
- ❖ Formas de comunicación y lenguaje
- ❖ Alternativas de comunicación



- ❖ identificar los grupos con los cuales los museos desean comunicarse y aquellos que desean comunicarse con él.

3. Técnicas de Recolección:

Como apoyo al análisis de aspectos institucionales se utilizaron las siguientes técnicas:

Técnica de observación: se utilizó para recopilar información congruente referente al mobiliario de la institución. Además, la observación fue participativa en el momento de observar las diversas actividades que se realizaron dentro del MUSAC. Visitas guiadas y talleres. El instrumento utilizado fue: Fichas de observación.

Técnica de entrevista: por medio de ésta, se obtuvo la información requerida para conocer el funcionamiento interno del MUSAC. Los instrumentos que facilitaron adquirir la información fueron los cuestionarios y las guías de entrevista.

Análisis documental: se utilizó esta técnica en el momento de analizar los documentos brindados por el personal del Museo. El instrumento utilizado fue la ficha de análisis.

3.3.1 Observaciones:

Se ha determinado como un Museo Cultural en donde se valorizará la arquitectura del monumento colonial, centro depositario y conservador del patrimonio mueble, en donde se programen exposiciones didácticas y atractivas, permanentes, temporales e itinerantes, que den participación a los visitantes para establecer la relación museo - público; a la vez realizará actividades de servicio, por medio del programa educativo (programas tales como: Talleres, conferencias, seminarios y cursillos relacionados a la política institucional y nacional), como el medio más efectivo de alcanzar los propósitos culturales de la Universidad.

Dadas las características del MUSAC, de divulgar la cultura y como Unidad de Servicio, a través de su Dirección podrá atender actividades planificadas por las Unidades Universitarias e instituciones a fines.

Los espacios designados serán utilizados para actividades académicas y educativas, siempre que los participantes no excedan del número contemplado en el Instructivo de uso de las instalaciones y cuyas actividades no interfieran con las programadas por el museo, la seguridad de sus bienes y sus instalaciones.

El Museo de la Universidad de San Carlos, funciona como un Museo Cultural académico, en donde cada objeto expuesto tendrá vida propia y transmitirá un mensaje por sí solo, en donde la arquitectura del edificio contribuirá a visualizar la expresión de lo exhibido, imprimiendo en el visitante a través de la imagen y de la arquitectura un mensaje cultural.

Se pretende que dentro de nuestras propias características de Museo universitario, nuestra Alma Mater pueda proyectarse académicamente y en una forma nueva al conglomerado nacional y mundial dando una interpretación genuina del significado de la institución para Guatemala, cumpliendo con su función de protectora y difusora de la cultura.

Departamento Educativo:

Tendrá a su cargo la preparación de materiales de diversa índole destinados a dar a conocer a la USAC de ayer, hoy y mañana; guías para visitar él, edificio y posteriormente al



Museo, materiales educativos sobre hechos, proyectos, investigaciones, tradiciones nuestra historia e identidad cultural.

También estará a su cargo la organización de conferencias y audiciones de promoción cultural universitaria, destinada a reunir fondos para lograr una asignación permanente para un autofinanciar parcial del MUSAC.

Podrá así mismo, optimizarse la librería, venta de curiosidades y materiales afines al museo, cuyos ingresos ayudaran también a su funcionamiento.

Se ha realizado muy poco material comunicacional a los estudiantes universitarios USAC, se ha elaborado material alternativo afiches, volantes, bifoliar, trifoliales, se ha utilizado medios de comunicación el periódico de la USAC, canal USAC, radio USAC, y otros medios de comunicación, con la finalidad de transmitir información a la comunidad Universitaria USAC, pero el trabajo no se da a basto por motivo de falta de personal tiempo dedicación, que se dedique a la difusión de las actividades, talleres, conciertos, exposiciones, inauguración e incluso el aniversario del MUSAC.

Mediante la observación y las estadísticas de visitantes al museo se detecto:

Los estudiantes de la Universidad San Carlos visitan pocos el Museo de la Universidad San Carlos MUSAC.

Poco material dirigido y distribuido a la población universitaria que informe de la existencia y de las actividades que se realizan en el MUSAC.

Falta de un área específica de RRPP y de personal que se encargue de la comunicación y la divulgación de todas las actividades, talleres, exposiciones, conciertos que se realizan en el MUSAC.

Poca publicidad y divulgación del museo en el área de la Universidad, por ausencia de personal y el programa educativo cuenta únicamente con dos personas que no se dan a basto para cubrir los diferentes públicos objetivos.

3.3.2 Documentación:

Manual de Organización del Museo de la Universidad de San Carlos –MUSAC- 2006 aprobado por: Dr. M.V. Luis Alfonso Leal Monterroso Acuerdo de Rectoría N0. 802-2006

En este manual se encuentra información básica sobre el museo, definición, bases legales, antecedentes, misión, visión, objetivos, funciones, función, funcionamiento, organización, valores institucionales, estructura organizativa y descripción de los puestos.

PROYECTO IMPLEMENTACION DEL MUSEO UNIVERSITARIO PLAN MAESTRO: Presentado por: LICDA. GLADYS BARRIOS A. Coordinadora del -MUSAC-

Contiene el plan general de cómo conducir en mejor forma al publico por el museo y al museo conducirlo en mejor forma desde el punto de vista administrativo, en este documento se encuentra descrito los públicos objetivos del museo, de acuerdo a sus fines de interés.



Memoria de Labores del Museo de la Universidad San Carlos elaborado por Lic. Gladys Barrios coordinadora del MUSAC y Carolina Castillo secretaria del MUSAC.

Informes de Control de visitantes al Museo de la Universidad de San Carlos. Elaborado por Fredy Quiñones y Leonel

Este documento se detallan cuantos visitantes visitan por día y por hora al MUSAC, como también por categoría: grupos escolares, actividades especiales, estudiantes universitarios y público en general.

Página web del Museo de la Universidad San Carlos www.musacenlinea.org

En esta página se especifica la misión y la visión del MUSAC, historia del Museo, exposiciones del Museo, programa educativo, visitas guiadas, talleres, cursos, servicios, actividades, multimedia, galerías, fotografías, visitas virtuales, libros de visitas y otros.

EPS Licenciatura de Damaris González es un material audiovisual la cual brinda información general del museo.

Se trata de un material audiovisual en la cual se da información básica de la Universidad y de cómo fue creado el Museo de la Universidad.

EPS 2009 Licenciatura de Lilian Alvarenga “Difusión del Museo de la Universidad San Carlos MUSAC hacia los Estudiantes de la Escuela Ciencias de la Comunicación de la USAC”

Esta tesis trata sobre la difusión del museo MUSAC a los estudiantes de la ECC ya que el primer objetivo del museo es que los estudiantes universitarios visiten y conozcan el MUSAC ya que la Escuela Ciencias de la Comunicación es una herramienta comunicacional de la USAC. Se busca la Comunicación más efectiva.

3.3.3 Entrevista a Profundidad:

Unos de los problemas que enfrenta el MUSAC que el primer grupo objetivo que es la comunidad Universitaria lo visita muy poco, y no hay material visual para poder ir a dejar a cada facultad y escuela vallas publicitarias donde se pueda dar información básica del MUSAC y de las Actividades Permanentes que se manejan en el museo. Ya que no todos los estudiantes saben de que existe MUSAC y donde está ubicado.

PRESENTACIÓN DE PARTICIPANTES

Personal Administrativo

NOMBRE	CARGO	EXPECTATIVA
Lic. Gladys Barrios	Directora del MUSAC	Fortalecer el departamento de Relaciones Publicas y dar a conocer y divulgar las actividades del MUSAC. Divulgar los 16 años de MUSAC y la semana Cultural. (Mes de Junio)



Lic. Carolina Castillo	Secretaria de coordinación	Lo que a funcionada en el museo es de tener un listado de contactos de los licenciados que trabajan en la Universidad San Carlos, también de Maestros o directores de establecimientos y de medios de comunicación. El listado de contactos tiene teléfono, celular y correo electrónico.
Lic. Sonia Alfaro	Educadora del MUSAC	Divulgar las actividades del MUSAC a los estudiantes de la USAC, y a los medios de comunicación.
Lic. Flor Santizo	Guía del MUSAC	Un plan de comunicación de parte de la USAC y el MUSAC para que los estudiantes conozcan el Museo, su historia y también de las actividades que se realizan dentro y fuera de la institución. Que hay actividades y talleres para cada facultad que se pueden utilizar o puedan utilizar los catedráticos.

3.3.4 Grupos Focales:

Primera actividad para establecer el diagnostico:

El día 28 de febrero de 2010 se llevó a cabo una actividad en las instalaciones del MUSAC, en la cual participaron alumnos de la USAC y público en general en la cual asistieron los alumnos de DERECHO del Primer Semestre, y varios de los estudiantes se habían perdido porque no sabían dónde estaba ubicado el MUSAC, unos estaban enojados porque los obligaron asistir a dicha actividad. Tenían que asistir unos 150 alumnos y vinieron 75 alumnos ese día.

El día 16 de marzo llegaron estudiantes de psicología de primer ellos se sorprendieron al ver la estructura del museo y les gusto pero dijeron porque no había más señalización y promoción del museo porque ellos también se habían perdido, también en el mes abril y mayo llegaron estudiantes de diseño y de maestros de segunda enseñanza también hablaron sobre poner carteles en la USAC para poder decirle a los demás estudiantes de que existe el MUSAC y cuáles son sus actividades que realizan en todo el año.

Hay muchos estudiantes que no escuchan la Radio Universidad y también no ven la T.V USAC. Porque no les llama la atención.

PRESENTACIÓN DE PARTICIPANTES

Grupo Focal con alumnos de la USAC

NOMBRE	FACULTAD	EXPECTATIVA
--------	----------	-------------



Patricia García	Diseño	Trabajar en equipo para lograr una imagen positiva del MUSEO ante los visitantes
Lubia de León	Psicología	Trabajar hacia un mismo objetivo para mejorar el museo
Evelyn Osoy	Derecho	Sacar el mejor provecho de esta actividad y con esto mejorar la imagen del museo
Sara Santizo	Humanidades	Definir funciones actividades o talleres recursos Cumplir las expectativas
Claudia Cardona	Diseño	Definir y cumplir objetivos y un plan estratégico

3.3.5 Encuesta

En este informe, se presentan los resultados de un sondeo entre diferentes instituciones que brindan educación a los jóvenes de Guatemala con el fin de conocer los puntos de vista sobre la atención del museo así como lo que esperan de la institución.

Se diseñó un cuestionario dirigido a los alumnos y maestros con el objetivo de conocer:

- La atención que ha recibido de la institución
- Los servicios que brinda el museo (talleres , visitas guiadas)

La primera encuesta se llevó a cabo con alumnos del centro Educativo Liceo Victoria y Libertad el día 15 y 16 de julio llegaron a recibir un taller sobre ecología la muestra fue de 30 encuestas las cuales son 16 mujeres y 14 hombres entre las edades comprendidas de 12 a 15 años.

Resultados de la encuesta

1. Comprensión sobre la información de las exposiciones que tiene el MUSAC

15 respondieron bueno	10 respondieron excelente
05 respondieron regular	00 respondieron mala



2. Que tema te gusto más
07 respondieron Histórica
10 respondieron Galería de Arte
09 respondieron cultura
04 respondieron Restauración del Edif.
3. Fue fácil la lectura de los rótulos en las exposiciones
26 respondieron si
04 respondieron no
4. La información que usted recibió por parte de la maestra guía fue clara y concisa
25 respondieron si
05 respondieron no
5. Qué opinión tiene sobre la presentación de documentos, piezas y pinturas que se exponen en el MUSAC
18 respondieron excelente
05 respondieron bueno
05 respondieron regular
00 respondieron mala
6. El color, la iluminación y el montaje de la exposición
10 respondieron excelente
10 respondieron bueno
07 respondieron regular
03 respondieron malo
7. Les gusto la actividad que realizó
20 respondieron si
10 respondieron no
8. La atención que le brindo el personal del MUSAC
16 respondieron excelente
07 respondieron buena
05 regular
9. Ya conocías el MUSEO
10 respondieron si
20 respondieron no
10. En que tenemos que mejorar Comentario
15 respondieron en ser dinámico
10 respondieron la voz
05 respondieron un lugar donde dejar las mochilas

La segunda encuesta se llevó a cabo con estudiantes de la Universidad San Carlos de diferentes facultades la cual se les paso a 50 estudiantes el día y esto fue lo que contestaron.

Análisis de la encuesta

1. ¿Conoces el Museo de la Universidad San Carlos?
20 respondieron si y han entrado
10 respondieron solo han oído del museo pero no han entrado
20 respondieron no
2. ¿Sabes donde está ubicada el museo de la Universidad San Carlos?
20 respondieron si
30 respondieron no
3. ¿Qué te gusto del Museo?
20 el edificio que es muy antiguo, y sus salones tienen mucha historia
10 solo lo han visto por fuera
20 no les ha llama la atención de ir a conocer
4. ¿Por qué medio te has enterado que existe el museo?
30 respondieron que el museo no tiene publicidad en la Universidad
10 respondieron que el museo solo tiene como medio el radio USAC y la TV
USAC hay poco espacio publicitario



- 10 respondieron no lo han escuchado en ningún medio de comunicación
5. ¿Sabes que actividades se realizan en el MUSAC?
20 respondieron si
30 respondieron no
 6. ¿Qué crees tú que puede hacer el MUSAC para que los estudiantes visiten dicha institución?
40 respondieron colocar banners, afiches, volantes
10 respondieron medios de comunicación radiales y televisivos, facebook
 7. ¿sabes de qué se trata el MUSAC?
20 respondieron si
30 respondieron no
 8. ¿te gustaría saber de qué se trata el MUSAC?
40 respondieron si
10 respondieron no

Metodología

Procedimiento de Investigación: Se procedió a realizar la encuesta después de haber terminado la actividad.

Trabajo de Campo: Todas las actividades de recopilación de datos primarios se llevaron a cabo por medio del epesista bajo la dirección del jefe inmediato, quien tuvo a cargo, supervisión y validación del trabajo.

“El carácter persuasivo de ésta viene dado por la intención de la fuente de influir en la conducta explícita o implícita- de la audiencia receptora del mensaje, en los aspectos cognitivos, afectivos, verbales y/o motores de dicha conducta, y no por los efectos en tal sentido que pudiera tener la comunicación. Lo cual no quiere decir otra cuestión- que sea siempre posible saber con certeza si existe o no intención de persuadir por parte del emisor”

Técnicas cualitativas

Trabajo de campo, observación participante, entrevistas.

Observación directa, donde se ve recorrido de los visitantes, las motivaciones, a cuál ingresa, cuales objetos son en los que reparan y los que omiten.

Técnicas cuantitativas

Encuestas personales (son encuestas de satisfacción del visitante, que se están realizando en conjunto con la Dirección del MUAC

3.4 FODA – MUSAC:

FORTALEZAS

MUSAC cuenta con personal profesional calificado.

A pesar que no tiene mucha publicidad sigue abierto a todo público.

Realización de sus actividades y dar a conocer los proyectos culturales de la Universidad

Se cuenta con la visita de otros establecimientos y no de la Universidad.



Se alquila el Salón Mayor Para actividades de la Universidad San Carlos y otras Instituciones.

OPORTUNIDADES

De publicar las actividades en los medios de comunicación.

Realizar más actividades que beneficien al museo.

Llevar la publicidad a la Universidad como por ejemplo INFOUSAC

Creación de un plan para evitar el ingreso en la entrada principal a otra entrada alterna, en caso ocurran manifestaciones.

Elaborar un programa de capacitaciones autofinanciables sobre la efectiva comunicación para el personal del museo.

DEBILIDADES

Falta de publicidad en la Universidad San Carlos

Falta de valorización de los museos

La relación con los medios de comunicación es muy deficiente

Incumplimiento de entrega de planes y presupuesto a la administración

Obstaculización del ingreso de visitantes por diferentes manifestaciones

Apoyo de las diferentes Unidades Universitarias y esta en el numeral 9 del capítulo 8 del Manual de Organización

La fortaleza del MUSAC es la USAC es todo lo contrario.

AMENAZAS

Falta de apoyo por parte de las Unidades Académicas de la USAC

Falta de comunicación directa con los medios

Ser negativos cuando se realiza o se organizan actividades

El MINEDUC no apoya las actividades del MUSAC

No hay público debido a que está dentro del Centro Histórico, por lo que la Municipalidad impide que se coloque mantas afuera del museo

No hay apoyo de las diferentes Unidades académicas de la USAC

No tiene una área de comunicación RRPP que es fundamental para el Museo

No tiene un director de comunicación y personal que se encargue de esta área de comunicación.

3.5 Indicadores de éxito

- ❖ Promover todo tipo de actividades culturales, artísticas.
- ❖ Invitar a personas que den cursos o talleres gratis explicar para que se quiere los fondos.
- ❖ Realizar un show de payasos, pinta caritas los días sábado.



- ❖ Realizar cada 15 días un concierto de marimbas invitadas de otras instituciones como escuelas y colegios, bailes folklóricos, boleristas tomar en cuenta las escuelas Municipales.
- ❖ Promover a las empresas que realicen su lanzamiento de productos.
- ❖ se cree una comunicación directa entre el Depto. De Relaciones Públicas y Medios de Comunicación que existen en nuestro alrededor. Empezando con la casa de de estudio de forma gratuita.
- ❖ se canalicen la organización de eventos protocolarios a través del depto. De Relaciones Públicas.
- ❖ Que los estudiantes de la Universidad San Carlos conozca y visiten el MUSAC
- ❖ Que instituciones educativas visiten el MUSAC
- ❖ La Editorial de la USAC pueda imprimir afiches para poder colocar en toda las facultades y escuelas que tiene la USAC
- ❖ Poder conseguir patrocinadores para que podamos colocar banners en las entradas de cada facultad y escuelas. Y en la entrada y salida de la USAC
- ❖ Poder seguir comentando sobre las actividades permanentes e itinerantes por medio de facebook y twitter.

4. PROYECTO A DESARROLLAR:

Departamento área de Relaciones Públicas MUSAC

DIFUSIÓN DEL MUSEO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

4.1 Descripción Técnica de la Estrategia del Proyecto:

De acuerdo al diagnóstico realizado en el MUSAC, se definió que la comunicación existente entre la Universidad y el MUSAC, su principal objetivo es de fortalecer ya que actualmente no establecen una comunicación directa entre sí.

Por lo que es necesario implementar un departamento en el área de Relaciones Públicas para que éste reconvierta en el conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinada y sostenida a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con sus distintos públicos.

Esta implementación se desarrollará de acuerdo a las fases que se describen a continuación:



- **Recopilación de datos:** se dará inicio a una recolección del material publicitario con el que MUSAC ya cuenta, el cual será estudiado de forma específica para detectar sus fortalezas y debilidades y que sea éste el punto de arranque para dicha implementación.
- **Seguimiento e implementación de material:** De acuerdo a lo detectado en la recopilación de datos, en esta fase procederemos a fortalecer los documentos existentes, a crear nuevo método de divulgación y nuevas opciones de acercamiento con los medios de comunicación para conocer sus comentarios y expectativas así como que esperan recibir el apoyo de los medios. Por lo que en ésta trabajará en conjunto con el departamento del Área educativa y el Área de guía del Museo.
- **Automatización de la información:** Ya concluidos los puntos anteriores, en esta última se le dará a conocer a los medios de comunicación el nuevo servicio que se ha implementado, el cual se llevará a cabo por medio de visitas personalizadas con el apoyo de la coordinadora y así crear un “enlace directo” entre medios de comunicación y el MUSAC, lo que fortalecerá la imagen del MUSAC y coadyuvará al crecimiento de la visita al museo.

4.2 Objetivo General:

Implementar el departamento de comunicación en el área de Relaciones Públicas para construir una imagen que conlleve a una mejor atención y divulgación a los medios de comunicación y la Universidad San Carlos, que sea una vía de comunicación de enlace directo, entre los medios de comunicación y los diferentes Unidades académicas de la Universidad.

4.3 Objetivos Específicos:

Darle a conocer a su público objetivos, “Universidad San Carlos”, las ventajas, beneficios, respaldo y servicios que el Museo les puede brindar, basándose en lo siguiente:

- **Fortalecimiento de la imagen como museo:** Fortalecer la imagen del MUSAC como ente educador para que pueda ser reconocida en el ámbito de la educación, cultura dentro y fuera del país.
- **Crear un enlace directo MUSAC – USAC y MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Que la comunicación y atención a los medios de comunicación y a la USAC sea a través del departamento de RRPP, y así crear una vía de información directa para evitar desinformación y malestar entre los mismo.
- **Promover los servicios:** Crear el material informativo necesario de tal manera que las personas, los medios de comunicación y a la USAC que nos apoye con las



visitas y conozcan a fondo el MUSAC a la cual van a conocer y con esto incentivar a otras personas que aún no conocen el MUSEO que lo visiten.

- **Fortalecer el departamento de Atención al Público:** trabajar en conjunto con la coordinadora de atención al público y crear a corto plazo una comunicación efectiva y concreta para dar a conocer a los catedráticos de la USAC y a otros profesores de educación esta herramienta técnica se puede utilizar.
- **Captación de nueva cartera:** como objetivo a largo plazo, lograr mantener a través de una buena comunicación entre los medios de comunicación a la USAC ya existentes y enfocarnos de manera que el MUSEO siga siendo tal como su nombre lo indica Museo de la Universidad San Carlos de Guatemala.
- **Atención público externo:** crear una imagen que sea reconocida tanto por los estudiantes universitarios, por los medios de comunicación culturales y educativos, creando así una imagen de respaldo a sus futuro público.

4.4 Actividades que Operativizan la Estrategia:

Los métodos utilizados para dar a conocer y fortalecer la imagen del MUSAC son los siguientes:

Recolección y ordenamiento de material publicitario e informativo

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Que los Alumnos de la USAC conozcan la Historia y trayectoria de la universidad a través del MUSAC.-	Alumnos del la USAC al MUSAC	Afiches Volantes Trifoliales Mantas	Nivel ciudad de Guatemala	Q1,180.00

Ya ordenado el material publicitario e informativo se procedió a enviar afiches a los centros educativos de la capital en conjunto con el departamento de educadora y guía del MUSEO

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuest o
Fortalecer la imagen del MUSAC.	La Universidad San Carlos y otros centros educativos.	Afiches Volantes Trifoliales Correo electrónico	Nivel ciudad de Guatemala	Q1,180.00



Se procedió a realizar una actualización del listado de medios de comunicación y centros educativos

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Crear un enlace directo entre MUSAC y los centros educativos, a través del departamento de Relaciones Públicas	USAC y otros centros educativos y medios de comunicación	En el programa Excel se creó una base de datos de los email de medios de comunicación y centros educativos y de la USAC.	Nivel ciudad de Guatemala	

Para promocionar los servicios se trabajó una presentación en power point imagen institucional y una de actividades

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Promover que los alumnos de la USAC y otros centros educativos lleguen a conocer el MUSEO.	Todos los centros educativos de la ciudad de Guatemala	mantas con slogan: Colocadas en las entradas y salidas de la USAC, en Bienestar Estudiantil y Biblioteca de la USAC.	Nivel ciudad de Guatemala	Q.6000.00

Talleres educativos

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Dar a conocer los beneficios que brinda el museo a los centros educativos	Todos los centros educativos de la ciudad de Guatemala	Talleres, actividades, conciertos, etc.	Ciudad Capital	

Impresión de LAPICEROS:

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto



Fortalecer la publicidad que visiten el MUSAC.	Alumnos de la USAC y Licenciados de la USAC visiten el MUSAC.	Impresión de 50 bolígrafos a un color de tres lados. Promoviendo el mensaje "Museo de la Universidad San Carlos" –MUSAC- 9 ave. 9-79 de la zona 1 tel.	Ciudad Capital	Q.333,00
--	---	--	----------------	----------

Impresión de STICKY NOTE:

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Fortalecer la publicidad para que visiten el Museo –MUSAC-.	Universidad San Carlos y centros educativos.	Impresión de 100 blocks pegados en forma de post-it de 25 hojas cada uno, impresos en blanco y negro. Con el slogan "MUSAC" 9ave. 9-79 de la zona 1 Centro Histórico.	Ciudad Capital	Q.500.00

Impresión de cómo planificar un día en el museo

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Dar a conocer las diversas formas de poder dar una clase en un museo.	Universidad San Carlos y centros educativos.	Impresión de 50 planificadores de un día en el museo.	Ciudad Capital	Q. 200.00

Seminarios de capacitación.

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
---------------------	------------------	-----------------	----------------------------	-------------



Capacitar antes a la persona que llegue a visitar el museo con sus alumnos sobre qué temas quiere que se trate en las exposiciones. Ya que algunas veces hay para cada materia que se lleva en los estudios.	Directores, Maestros y catedráticos.	Impresión de 50 blocks de nota indicando como planificar un día en el museo y de indicar que día puede llegar para que le den la plática de que tema quiere o que temas hay en el museo para su clase.	Nivel capital	Q 500.00
--	--------------------------------------	--	---------------	----------

Impresión de afiches campaña

Objetivo Específico	Público Objetivo	Medio Utilizado	Área Geográfica de impacto	Presupuesto
Incentivar que visiten el Museo de la Universidad San Carlos.	Centros educativos y no educativos	Impresión de 25 afiches institucionales invitando que visiten el MUSAC	Nivel capital	Q 175.00

La comunicación en el Museo

La comunicación juega un papel fundamental en el desarrollo del Museo y es muchas veces el aspecto menos cuidado en las instituciones. Las instituciones no pueden existir sin comunicación y para que la comunicación se efectúe de manera clara y eficiente tenemos que desarrollar políticas, estrategias y planes comunicacionales.

Desarrollar un sistema de comunicación no es algo muy complejo, más allá del diseño que tendrá éste, hay que poner en claro y tener actualizados los objetivos y las metas del museo.

OBJETIVOS

El punto más importante para el museo que quiere desarrollar una política de comunicación interna es que estén claros los objetivos del museo, los de largo y corto plazo. La Misión del museo es muy raro que sufra modificaciones a lo largo del tiempo pero nunca hay que descuidarla pues es el tronco vertebral por el cual se mueve el museo. Lo concreto es que no se puede ir hacia algún lado si no se ha definido antes. Rever los objetivos históricos y enunciar los objetivos nuevos es algo primordial antes de empezar desarrollar una sistema de comunicación.

Lo importante en la enunciación de los objetivos del museo es la factibilidad de cumplimientos de estos, pues si se enuncian y luego no se practican es mucho peor que no haber puesto nada, se



pierde la confianza de la institución. Una vez desarrollados los objetivos y se sabe hacia donde vamos, necesitamos ver donde estamos. Hay que describir la realidad en que se encuentra el museo. Esto puede hacerse de diferentes maneras:

Opinión personal, encuestas al personal y a los visitantes, desarrollar una reunión grupal para ver los distintos puntos de vista. Etc.

La realidad en la que estamos nos establece nuestro punto de partida para poder desarrollar nuestras estrategias. Las estrategias van a ser de las más variadas y las que mejor se adapten al museo pertinente. Una vez desarrollado los Objetivos (cuales serán a corto y cuales a largo plazo) y desarrolladas las estrategias para llevarlos a cabo, cumpliendo con la misión del museo tendremos el Alineamiento. El alineamiento definirá lo que haremos en términos generales cada día, cada mes, cada año respecto a la visión que queremos alcanzar.

COMUNICÁNDONOS INTERNAMENTE

Una vez desarrollado la alineación se pasa a la etapa de desarrollar un sistema de comunicación interna. Este sistema debe ser fiable y lo más simple posible e involucrara a todo el personal de la institución. Si hay problemas de comunicación, hay problemas dentro del museo. La comunicación está presente en todas partes (haya lenguaje verbal o no). La mayoría de los problemas que se presentan en los museos ocurren por la mala comunicación o por las diferentes interpretaciones que se ocasionan al comunicarnos.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

Para desarrollar un sistema de comunicación no hay que desconocer que existe una comunicación forma y una comunicación informal.

La comunicación Informal es toda la comunicación no sistematizada, muchas veces es implícita (lo que se espera que uno haya entendido sin haberse enunciado). Es nociva para la institución pues se cae en supuestos e interpretaciones que no se especifican claramente. (no hay directivas claras, distribución de tareas ambiguas y superpuestas, etc.)

La comunicación Formal es la que más nos interesa pues es la que tenemos que desarrollar. Es más efectiva que la informal, sin dobles mensajes, aunque más burocrática.

La comunicación formal involucra memos, reportes, manuales de procedimientos propios (casi inexistente en nuestros museos), reuniones, etc. Un excelente ejemplo de comunicación formal es el desarrollado por la Dirección de Museos de Venezuela quien desarrolló un manual de procedimientos y funciones para todos sus museos, que involucra a todo el personal y además de la edición impresa para cada museo es de acceso libre por Internet.

LOS MENSAJES

Los mensajes que se generan dentro de la institución pueden ser de tres tipos

1. DE TAREAS: Los más comunes y son los que generan acciones directas.
2. DE MANTENIMIENTO: Son los que se ocupan de mantener el orden y la información en la institución. (reportes, reuniones informativas, cambios de objetivos)



3. HUMANOS: Son los dirigidos a las personas y afectan sus actividades incidiendo en su motivación.

Hay que encontrar un equilibrio entre los tres tipos, los porcentajes serán manejados por cada institución, pero nunca hay que descuidar ninguno.

COMO SE COMUNICA

La comunicación en el personal puede desarrollarse de diferentes maneras y por diferentes vías. Directamente o tercerizada.

En forma directa podemos mencionar el cara a cara y aquí nos encontramos con el problema de los entredichos y según el tipo de mensaje es o no conveniente ser utilizado. No es recomendable para los mensajes de tareas y si se utiliza es aconsejado que este acompañado por un memo o asignación escrita. Si es altamente favorable para los mensajes humanos y en el caso de los de mantenimiento (reuniones informativas o informes de estudios o encuestas desarrolladas es benéfico que se notifique por vía cartelera o otra forma de tercerización los principales puntos tratados en las reuniones o conclusiones que se desprenden de los estudios).

La tercerización puede desarrollarse de diferentes maneras, las más comunes son los memos, las carteleras internas (no expuestas al público solo al personal) o mails internos si se cuenta con una red propia. Allí se notificara principalmente los mensajes de mantenimiento que involucren a la mayoría del personal o cualquier nota que sea de interés.

COMUNICACIÓN EXTERNA

Una vez desarrollado el sistema de comunicación interna puede comenzar a desarrollarse un plan de comunicación externa.

La comunicación externa esta dirigida principalmente a cuatro sectores:

- VISITANTES
- MEDIOS
- ORGANISMOS DEPENDIENTES
- OTROS MUSEOS

VISITANTES

La comunicación con el visitante puede desarrollarse de la siguiente manera:

FOLLETERIA: En ellas se encontrara información de las exposiciones presentes y futuras, talleres que se desarrollan en la institución y actividades o eventos especiales de interés para el visitante. La folletería se encuentra principalmente dentro del museo, pero se aconseja que también se encuentre en otros museos o instituciones culturales como así también en los principales hoteles y instituciones educativas (secundarias, universitarias y terciarios).

La folletería debe apuntar a un público masivo, debe ser de fácil entendimiento, si es posible en dos idiomas y contener un plano de la ubicación del museo y principales líneas de transportes que se



acerquen al mismo. Una alternativa de costeo puede ser el canje publicitario con empresas privadas con publicidad dentro de ellas.

CARTELERA: La cartelera contendrá entre otras cosas un cronograma de las actividades y exposiciones que se llevara a cabo en el museo. Posibles circuitos vinculados con otros museos de la zona o museos de la misma tipología, etc.

MAILING: El mailing pueden desarrollarse en dos formas. Vía postal o vía correo electrónico. La vía postal puede desarrollarse con acuerdos con correos privados a cambio de publicidad en folletería, catálogos o con cartelería dentro de la institución. Correo Electrónico, más económico que la postal, y el más utilizado por nuestros museos. En ambos casos pueden constituir el mailing con datos aportados por los visitantes, por ejemplo en formularios para tal efecto o a través de la pagina web de la institución.

PÁGINA WEB: La pagina web del museo es un tema que tocaremos en otros artículos ya que excede los parámetros del mismo. Algunas especificaciones pueden encontrarse en el artículo publicado en la sección archivo Museos e Internet.

LOS MEDIOS

Los medios se mueven a través del impacto y por razones económicas. Para conseguir que los medios se interesen en la institución hay que desarrollar una política específica para esto. En nuestro tiempo la cultura está tomando un papel central, así lo vemos por ejemplo con la acción de Clarín del lanzamiento de una revista puramente cultural (Ñ) o por el creciente número de páginas en la sección cultura de La Nación o Pagina 12. Hay que desarrollar vínculos con los responsables de esas áreas en los diferentes medios. Las acciones que pueden desarrollarse son: intercambio de publicidad en catálogos, folletería o como dijimos antes en cartelería dentro de la institución. Desarrollar gacetillas especiales de prensa para facilitarles el trabajo en inauguraciones o para las diferentes actividades que se quiere promocionar. Etc.

ORGANISMOS DEPENDIENTES

Para los organismos dependientes estatales es necesaria una política comunicacional diferente al resto, pues son lo que otorgan el presupuesto de la institución. Sabemos que estos organismos se mueven el ámbito político, así que la política a desarrollarse será política. Por un lado deberá figurar el nombre del organismo dependiente con sus autoridades en toda folletería, catálogos, gacetillas de prensa y demás vías de comunicación con el visitante o los medios que se generen en el museo. Así además de las vías convencionales de comunicación que establece el organismo dependiente (notas, informes, programación futura) habrá que involucrar a las autoridades en todos los eventos que se organicen en el museo. Las invitaciones deberán ser enviadas por correo y personalizadas. Se pedirá una confirmación de asistencia para poder manejarnos con los medios pues las figuras políticas atraen a estos, etc.

Si la institución es privada o dependientes de fundaciones se desarrollan las políticas comunicacionales de la empresa responsable y si se considera pertinente la comunicación la llevara a cabo el área de comunicación de la empresa.

LA COMUNIACION CON OTROS MUSEOS



Esta comunicación no se desarrollara en este pues es mucho más compleja de lo que parece involucra a las redes de museos, el préstamo de objetos, el intercambio de profesionales y la acción conjunta de actividades.

PLAN DE COMUNICACIÓN

Justificación de un plan de comunicación:

La finalidad de desarrollar un plan es para motivar y de proyectar una imagen positiva al exterior. La **elaboración, gestión, aplicación y cumplimiento del plan de comunicación** es esencial para obtener los resultados esperados.

El plan de comunicación tiene entre sus objetivos la promoción del conocimiento de los valores Culturales de nuestro País y de nuestra Universidad San Carlos de Guatemala y su conservación. Esta tarea de publicidad se realiza especialmente desde los medios de comunicación, TV, radios, Periódicos, pero también desde los espacios que nos dan diferentes instituciones para colocar afiches, volantes y trifoliales.

Este trabajo se lleva a cabo tanto con el público que accede al museo, como con los escolares, etc. y se concreta en aspectos como la elaboración de talleres, notas de prensa, programas publicidad en televisión, entrevistas en radios, etc. Dada la diversidad de actores que interviene en la emisión de los mensajes, es de vital importancia el establecimiento de un posicionamiento Institucional.

El papel más importante es la señalización del “MUSEO DE LA UNIVERSIDAD SAN CARLOS” como una herramienta fundamental en la implantación de un plan de comunicación. Así pues, toda la red de espacios que nos brindan para poder anunciar nuestras actividades, utilización de carteleras en las diferentes instituciones, visibilidad como por la facilidad de lectura en dichos elementos.

Las acciones de comunicación tienen diferentes destinatarios y, por ello, se utilizan diferentes canales de comunicación y diferentes herramientas, en cada momento, para conseguir los objetivos estratégicos perseguidos.

COMUNICACIÓN ORDINARIA:

- Divulgación de los valores del “MUSAC”
- Explicación de los objetivos Educativos que el “MUSAC” brinda
- Dar a conocer los talleres que el “MUSAC” brinda en el área educativa.
- Exposición de cada Salón que tiene el “MUSAC”
- Proyecto Revista Histórica, Presentación en Power Point
- Alquiler del Salón Mayor para exposiciones de realce para no bajar su categoría.

COMUNICACIÓN EXTRAORDINARIA

- Talleres de interés educativo
- Conferencias de interés educativo

COMUNICACIÓN INTERNA

- Relaciones Institucionales, Imagen, Historia, Actualidad
- Órganos de gobierno: Visita Institucional de Políticos de la Universidad al Museo
- Técnicos: Coordinación de Proyecto, Asesoría de personas que tengan experiencia en el tema que se va a tratar
- Trabajadores: sesiones informativas, clip informativo, memorándum, cartelera informativa, correo electrónico, llevar una agenda de actividades semanales o mensuales

COMUNICACIÓN EXTERNA



Directa

- Destinatarios: Público en general, Universidad San Carlos de Guatemala Escuelas, Colegios, Institutos, entidades de que tengan que ver en Comunicación
- Canales de Comunicación: Internet, Medios de Comunicación (TV, Radios, Prensa escrita, etc.)
- Herramientas: Publicaciones, Boletín, Folletos, Artículos en revistas, Presentaciones, Conferencias, Revista Digital, Intervenciones en radios y en televisión, Agenda Exposiciones, Campañas Publicitarias.

Indirecta.

- Señalización del MUSAC, itinerarios, etc.

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

1. MEDIOS DIGITALES:

- ❖ Revista Digital
- ❖ Boletín Informativo (señalización)
- ❖ Presentación en Power Point (para mandar la información a las diferentes instituciones educativas)

2. MEDIOS IMPRESO

- ❖ Trifoliales
- ❖ Afiches
- ❖ Pósters
- ❖ Artículos en prensa
- ❖ Folletos

3. MEDIOS RADIALES

- ❖ 5 cuñas para que las estén pasando en la radio Universidad y otras radios que nos apoyan culturalmente
- ❖ Participación en programas de radio

4. MEDIOS TELEVISIVOS

- ❖ Reportaje
- ❖ Entrevistas en programas de televisión
- ❖ Entrevista por T.V. USAC

Se planteó una campaña con el objetivo de sensibilizar al visitante la importancia que tiene de visitar el Museo de la Universidad San Carlos y de conocer la historia de dicho centro de estudio y el aporte que la Universidad ha dejado a Guatemala y que ha tenido avances muy importantes y estudiantes muy destacados en su historia.

PROYECTO A REALIZAR

- ✓ Revista digital
- ✓ Presentación en Power Point
- ✓ 2 cuñas radiales
- ✓ Reportaje



Este Proyecto tiene como objetivo de dar a conocer el uso educativo del MUSEO a través de una campaña de comunicación y con la participación ciudadana de la Universidad y otras identidades educativas.

PROYECTO NO. 1

REVISTA DIGITAL

Esta revista tendrá 5 páginas en la cual va contar con las siguientes páginas

Primera parte la Institucional

Segunda partes histórica de la Universidad

Tercera partes volvemos con lo institucional como Museo y sus salones que tiene para las exposiciones.

PROYECTO NO. 2

PRESENTACION POWER POINT

Una reseña histórica del Museo y de sus salones que están como sala de exposición.

PROYECTO NO. 3

2 CUÑAS

Las cuales nos servirán para que las pasen en la radio unas 5 veces al día recordando que el MUSEO está abierto los días lunes, miércoles, jueves y viernes de un horario de 10:00 am a 5:00 pm, y el día sábado abierto de 10:00 am a 12:00 pm.

Cerrado los días festivos.

Entrada a estudiantes de USAC con carné gratis

Estudiantes de Instituciones Educativas pagan Q1.00

Extranjeros pagan Q. 8.00

Exposiciones guiadas Q. 5.00

PROYECTO NO. 4

REPORTAJE

Que la televisión de la USAC nos proporcione un espacio para poder pasar un reportaje del MUSEO.



4.5 Financiamiento

	Pago Único	Gasto Mensual	Anual	Indefinido
Recurso Humano				
Contratación del Coordinador del Departamento	Q8,000.00	Q8,000.00	Q96,000.00	Pago de prestaciones en caso de vencimiento de contrato, accidente.
Personal de la institución	Q6,000.00	Q6,000.00	Q72,000.00	Pago de prestaciones en caso de vencimiento de contrato, accidente.
Productos Multimedia				
PowerPoint institucional				
PowerPoint Actividades				
Videos institucional y de identidad USAC	50x Q20.00=Q1000.00	Q1000.00	Q12,000.00	
Material Impreso				
Volantes Informativos	300xQ0.35 = Q105.00	Q105.00	Q1,260.00	
Afiches	25 X Q.7.00= Q175.00	Q175.00	Q2,100.00	
Trifoliales Informativos				
Mantas	6mantas x 100= Q. 600.00	Q600.00	Q72,000.00	
Material Publicitario				
Lapiceros	50x Q6.50= 335	Q335.00	Q4,020.00	
Block de notas	50xQ10.00 =Q500.00	Q500.00	Q6,000.00	
Estiques	50x Q6.00= Q300.00	Q300.00	Q3,600.00	
Total de Implementación	Q17,015.00	Q17,015.00	Q268,980.00	



4.6 Beneficiarios

Se beneficiara con esta implementación a:

- * A todo el personal del Museo para que entre más beneficios al MUSAC

En este punto

- * Indirectamente beneficiara al MUSAC y a sus empleados para que lleguen más visitantes no solo de la USAC sino que de otros establecimientos educativos ya sea de primaria, básicos y diversificado.

Que cada empleado del museo identifiquen que la empresa a la que pertenecen es dar a conocer los beneficios que el MUSAC presta a la USAC y a sus empleados. Video Institucional y Identidad Universitaria.

- * Aún sin número de visitantes finales.

Que la población conozca los beneficios que el MUSAC presta a la USAC y a otros centros educativos públicos y privados brindando un apoyo educativo.

4.7 Recursos Humanos:

Para llevar a cabo todo proyecto es indispensable contar con el apoyo del recurso humano, por lo que a continuación se describe los puestos necesarios:

- **Coordinador de Relaciones Públicas:** será el encargado del departamento velando así porque este cumpla con sus objetivos de la mejor forma y a la mayor brevedad posible obteniendo como resultado el crecimiento y fortalecimiento de la institución.
- **Asistente del departamento de Relaciones Públicas:** será la encargada de asistir al coordinador del departamento así como de prestar la atención tanto al cliente interno como externo y colaborar en todas las actividades que se le requiera.
- **Apoyo administrativo:** será necesario contar con el apoyo del personal administrativo de la asociación para facilitar la captación de información, en especial del Coordinador de Atención a asociados.

4.8 Áreas Geográficas de Acción:

Esta estrategia no tendrá límite territorial ya que nuestro objetivo es que el MUSAC, sea conocida tanto nacional como internacionalmente, dado las relaciones internacionales que actualmente se manejan.

En cuanto al territorio nacional, cada una de las actividades anteriormente detalladas se llevarán a cabo de forma inicial en el Departamento de Guatemala, llegando así, desde el alumno más cercano como al más lejano, a través del departamento de Atención al Público y guía especializada que realiza visitas al interior del país de forma programada.

4.9 Cuadro Operativo de la Estrategia:

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Especifico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Recopilación de datos:	Detectar las fortalezas y debilidades del material ya existente.	<ul style="list-style-type: none"> • 300.00 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación del Coordinador. • Contratación del Asistente. 	Sola Capital	MUSAC	Febrero, Marzo y Abril
Fortalecimiento del material	Cubrir las debilidades del material y crear nuevas fuentes de información, para beneficio del MUSEO	<ul style="list-style-type: none"> • Volantes Q105.00 • Trifoliales Q.300.00 • Mantas Q.600.00 	Recurso externo para material impreso, así como el publicitario en coordinación del departamento. De Relaciones Públicas.	Inicialmente el Departamento de Guatemala	MUSAC	Mayo y Junio
Automatización de la información	Crear un enlace de comunicación directa con la USAC y los medios de comunicación, llegando así a fortalecer la línea de comunicación, creando un servicio de calidad y efectividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de power point institucional Q.1,135.0 • Blogs-revista • Material publicitario 	Como epesistas se procedió a la creación de un enlace directo para fortalecer la comunicación.	Inicialmente el Departamento de Guatemala	MUSAC	Julio y Agosto

5. Informe de Ejecución

Se procedió a realizar la descripción técnica de la estrategia del proyecto, de la siguiente forma:



5.1.1 Productos Impresos:

- **Boletines informativos:** Se enviarán por correo electrónico y físico, se dará a conocer una vez por mes o por semana las actividades que se realizarán en el MUSAC.
- **Boletines externos:** se creará un boletín de tipo informativo para dar a conocer las actividades a realizarse y se pondrán en la entrada del museo, centros educativos, USAC
- **Mantas:** realizar una serie de mantas que sean colocadas de forma estratégica siendo su objetivo principal que los estudiantes de la USAC conozcan y visiten el MUSAC
- **Trifoliales:** crear trifoliales para los estudiantes universitarios dando a conocer los múltiples beneficios de visitar un MUSEO.
- **Revista:** realizar una revista histórica para dar a conocer los diferentes salones que hay en el Museo y cuáles son sus salones que se alquilan para eventos especiales e ir las a dejar a las diferentes unidades académicas.

Productos de Audio y Video:

- Dar seguimiento a los ya existentes por su alto recurso financiero.

5.1.2 Productos Multimedia:

- **Presentaciones en power point:** crear presentaciones para dar a conocer a los universitarios el Museo y porque es importante la Historia de la Universidad San Carlos. Pueden los estudiantes de la ECC hacer un excelente apoyo.
- **Página web:** es el primer punto de contacto con el público externo, constituye un modo de exponer públicamente el quehacer de una entidad ó empresa, de divulgar sus proyectos y de defender sus posturas. Los materiales y el mensaje expuesto es dicho portal tienen que ser consistente.
- **Correo electrónico:** creación de un correo electrónico general que sirva como filtro para atención de todos los visitantes internos y externos.
- **Creación de revista blogs-electrónica:** en la que todos los visitantes podrán publicar sus artículos para dar a conocer si les gusta o no el museo y poder colocar fotos de su visita es un beneficio cualitativo mas no cuantitativo en pro del crecimiento del MUSAC.

Productos Promocionales

- **Gorras y playeras:** promocionar gorras y playeras con el logotipo del MUSAC en puntos estratégicos en actividades que se relacionen con el MUSAC
- **Artículos promocionales:** llaveros, lapiceros, lápices y blocks de notas promocionales que se distribuirán en charlas y eventos.
- Pachones, platos, pines, llaveros, playeras, mochilas, chumpas, calcomanías, etc.

5.1.3 Talleres y Capacitaciones:

- **Conferencias:** llevar a cabo al menos una conferencia mensual sobre tema de MUSEO dirigido a todos los universitarios con opción de ingreso de otras personas que no sean universitarias.
- **Seminarios:** programar seminarios dos veces por año basándonos en la idea de “mantener actualizados” a los estudiantes universitarios
- **Actividades comunitarias:** participar en eventos como lo es en INFOUSAC y otros eventos.
- **Participación en eventos culturales:** participación en actividades de otros museos
- **Sistematizaciones:** recopilación de anuncio y analizar el impacto que tuvo en determinado publico objetivo. Hay que tener un constante monitoreo para ver si las pautas salieron al aire y si están adecuadas al publico objetivo.
- **-Relaciones públicas**

Se propone lo siguiente: incentivar participación a grupos de teatro, bailarines, marimbitas, juegos pirotécnicos, bandas escolares, etc.

5.1.4 Sistematización

Problemas Detectados:

PROBLEMAS	¿QUE QUEREMOS LOGRAR?	¿QUE QUEREMOS CAMBIAR?	¿CON QUE RECURSOS?
Falta de coordinación entre los departamentos de Atención y RR PP.	Que el MUSAC fortalezca las relaciones públicas con los medios de comunicación.	Que exista una comunicación más frecuente con los medios de comunicación. La actual forma en que se comunica el museo con los medios de comunicación es por medio de correos.	Con el Departamento de Atención del área educativa en conjunto con el departamento de Relaciones Públicas.
No existe presupuesto para promover a la institución.	Que el MUSAC tenga una coordinación en las actividades a desarrollar	Mejorar la imagen negativa a positiva y definir bien los proyectos y talleres a las necesidades de cada grupo.	Con el compromiso real del personal. Capacitaciones a través del depto. De Relaciones Públicas.



		La manera en que se definen los talleres y proyectos actualmente ya que presentan mucha deficiencia.	
No existe el departamento de comunicación como tal.	Una comunicación laboral para que el trabajo sea en equipo.	Que exista una armonía entre el personal que incentive a realizar cada vez mejor el trabajo. El clima organizacional que actualmente impera en el departamento de RRPP y lograr el empoderamiento de los integrantes de esta oficina.	Con capacitaciones, charlas y actividades de motivación, actualización y a través del depto. De RRPP.
No existe un enlace directo con los medios de comunicación.	Un enlace directo con los medios de comunicación	Mejorar la comunicación entre el MUSAC y los medios de comunicación. Que sea más estrecha para que de esta forma las entrevistas sean realizadas a las personas que manejen el tema que se va a dar a conocer.	Que a través del depto. De RRPP se cree un enlace directo de comunicación con los medios de comunicación y el MUSAC. Realizar una base de datos de los medios de comunicación. Realización de una rueda de prensa.

VIALIDAD Y FACTIVILIDAD

El problema es que está estipulado en el Manual de Organización que la fortaleza del MUSAC es la USAC por medio de las diferentes Unidades académicas y no se cumple.

Divulgar las actividades, cursos o talleres a las facultades y escuelas de acuerdo a las necesidades de cada cátedra.

Crear un área de comunicación RRPP ya que es fundamental que toda empresa posea para poder divulgar las actividades que se realiza en dicha institución.



Activar a la comunidad con su aportación en actividades educativas programadas por MUSAC y la Universidad como talleres, conferencias, seminarios, etc.

5.2 Programa y Calendarización

No	ACTIVIDADES	TIEMPO											
		FEB	MAR	ABR.	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV.	DIC.	
1	Comunicación con el personal MUSAC	X	X										
2	Investigación sobre el tema de RRPP en diferentes fuentes bibliográficas		X	X									
3	Análisis de los temas de RRPP que serán objeto de estudio		X	X									
4	Solicitud de documentación de información (libros, manual, etc.)			X									
5	Recolección de información sobre las atribuciones y funciones del personal MUSAC				X	X	X	X					
6	Observar de las actividades académicas realizadas dentro del MUSAC	X	X	X	X	X	X						
7	Depuración de análisis de la información obtenida				X	X		X					
8	Elaboración de instrumentos de estrategias				X	X	X	X					
9	Presentación del modulo de RRPP a las autoridades del Museo										X		
10	Elaboración del diagnóstico, estrategia y realización del proyecto.			X		X		X		X			



5.3 Análisis de Resultados

El presente trabajo fue entregado y presentado a la Dirección del Museo, a quien se le describió las funciones del departamento de Relaciones Públicas y los beneficios que se obtendría a través de la implementación del proyecto para el MUSEO.

Actualmente la comunicación no es a través de la Dirección del MUSAC como área administrativa y departamento de Atención al público en la parte técnica.

Dentro de la programación 2011 queda pendiente la autorización del departamento de Relaciones Públicas al presupuesto del próximo año, para convertirse éste en el enlace de viabilidad entre los medios de comunicación, Universidad, otros centros educativos y personas que les guste visitar el Museo, tanto nacionales como internacionales.



6 CONCLUSIONES

- A partir de la implementación del departamento de Relaciones Públicas se logró crear una línea de comunicación directa entre los medios de comunicación y el MUSAC, un ambiente de atención personalizada y mejorar la relación entre ambas partes, logrando así coadyuvar al crecimiento del MUSAC.
- Se le dará mayor énfasis a la razón de ser del Departamento de Atención al cliente, se promoverá de manera que sea conocida a nivel nacional y no sólo en el sector capital, dando así a conocer todos los servicios y ventajas que puede proporcionar al educando.
- El anterior Departamento permitirá que el MUSAC cuente con un departamento encargado de realizar toda esta función basándose en la misión, visión y objetivos del MUSEO, dándole una imagen y presencia a la experiencia y solides con la que ya cuenta.



7 RECOMENDACIONES

- Implementar el departamento de Relaciones Públicas dentro del MUSAC para fortalecer una imagen y crear una vía de comunicación directa entre USAC, Medios de Comunicación y centros educativos de la capital de Guatemala.
- Dar inicio el funcionamiento del departamento de Relaciones Públicas y que éste sea el encargado de la comunicación interna y externa como delegar la organización de actividades.
- El departamento de Relaciones Públicas debe tener un nivel de asesoría dentro del organigrama institucional para poder cumplir eficientemente sus labores de comunicación.
- Elaborar material de apoyo que fortalezca la identificación del MUSAC.



8 BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Concierto Didáctico de Marimba de la Presidencia,
por el Maestro Lester Homero G.
- 2.- Exposición Sala 5 MUSAC
- 3.- Ensamble de Marimba de la Presidencia, femenina y de la USAC.
- 4.- Guías de visita escolar al museo MUSAC
- 5.- MUSAC
Proyecto la Cultura a la sociedad guatemalteca
Normas para visitantes
- 6.- Proyectando la Cultura a la Sociedad guatemalteca MUSAC
- 7.- Reglamento General de Organización y Funcionamiento del Museo
de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Octubre 2000
- 8.- Síntesis Histórico
Universidad de San Carlos de Guatemala
Marco Antonio Sagastume Gemell
- 9.- Universidad San Carlos de Guatemala
Síntesis Histórica
Marco Antonio Sagastume Gemell
- 10.- USAC en el Nuevo Milenio
- 11.- Páginas de Internet consultado
 - ❖ Análisis del problema
 - ❖ Bonta, Patricio y Farber, Mario; “199 PREGUNTAS SOBRE MARKETING Y PUBLICIDAD”, Editora Norma, Bogotá, 1994. (descargado en marzo 2011)



- ❖ Bibliografía: Material de Cátedra de la Universidad Argentina John F. Kennedy
- ❖ Black, Sam. *ABC de las Relaciones Públicas*. Madrid, Gestión, 2000. ISBN 84-8088-803-2.
- ❖ Cutlip, Scott M. *Relaciones Públicas Eficaces*. Madrid, Gestión, 2000. ISBN 84-8088-573-4.
- ❖ Diccionario “EL PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO 1999”, Editora Printer Colombiana, Bogotá, 1999. (descargado en marzo 2011)
- ❖ FILE:///C:/WINDOWS/ARCHIVOS%20TEMPORALES%20DE%20INTERNET/CONTENT.IE5/OTYV09M7/263,1,RELACION DIAGNOSTICO-PROYECTO
- ❖ Grunig y Hunt. *Dirección de Relaciones Públicas*. Madrid, Gestión, 2000. ISBN 84-8088-948-9. (descargado en abril 2011)
- ❖ HTTP://PROYECTOSCONSULTA.BLOGSPOT.COM/2009/08/QUE-ES-EL-DIAGNOSTICO.HTML
- ❖ HTTP://WWW.CEPIS.OPS-OMS.ORG/BVSAHI/FULLTEXT/INDICADORES.PDF
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos11/teorel/teorel.shtml> (descargado en el mes de abril)
- ❖ <http://www.rppnet.com.ar/defrpp.htm> (descargado en el mes de marzo 2011)
- ❖ <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/foda.htm> (descargado en mayo 2011)
- ❖ <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm> (descargado en el mes de mayo 2011)
- ❖ <http://www.mitecnologico.com/Main/PlanteamientoProblemaDefinicionArbolD> el Problema (descargado en el mes de abril 2011)
- ❖ <http://lanuevaeconomia.com/como-hacer-un-arbol-de-problemas-para-proyectos-de-desarrollo.html> Como hacer un arbol de problemas para proyectos de desarrollo (descargado en el mes de mayo 2011)
- ❖ <http://lanuevaeconomia.com/como-hacer-un-arbol-de-problemas-para-proyectos-de-desarrollo.html#ixzz0ktvEcoRM> (descargado en el mes de febrero 2011)
- ❖ <http://www.conabip.gov.ar/Contenidos/Documentos/07Materialdeapoyo.pdf> (descargado en el mes de marzo 2011)
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama> (descargado en el mes de abril 2011)
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos11/organig/organig.shtml> (descargado en el mes mayo 2011)

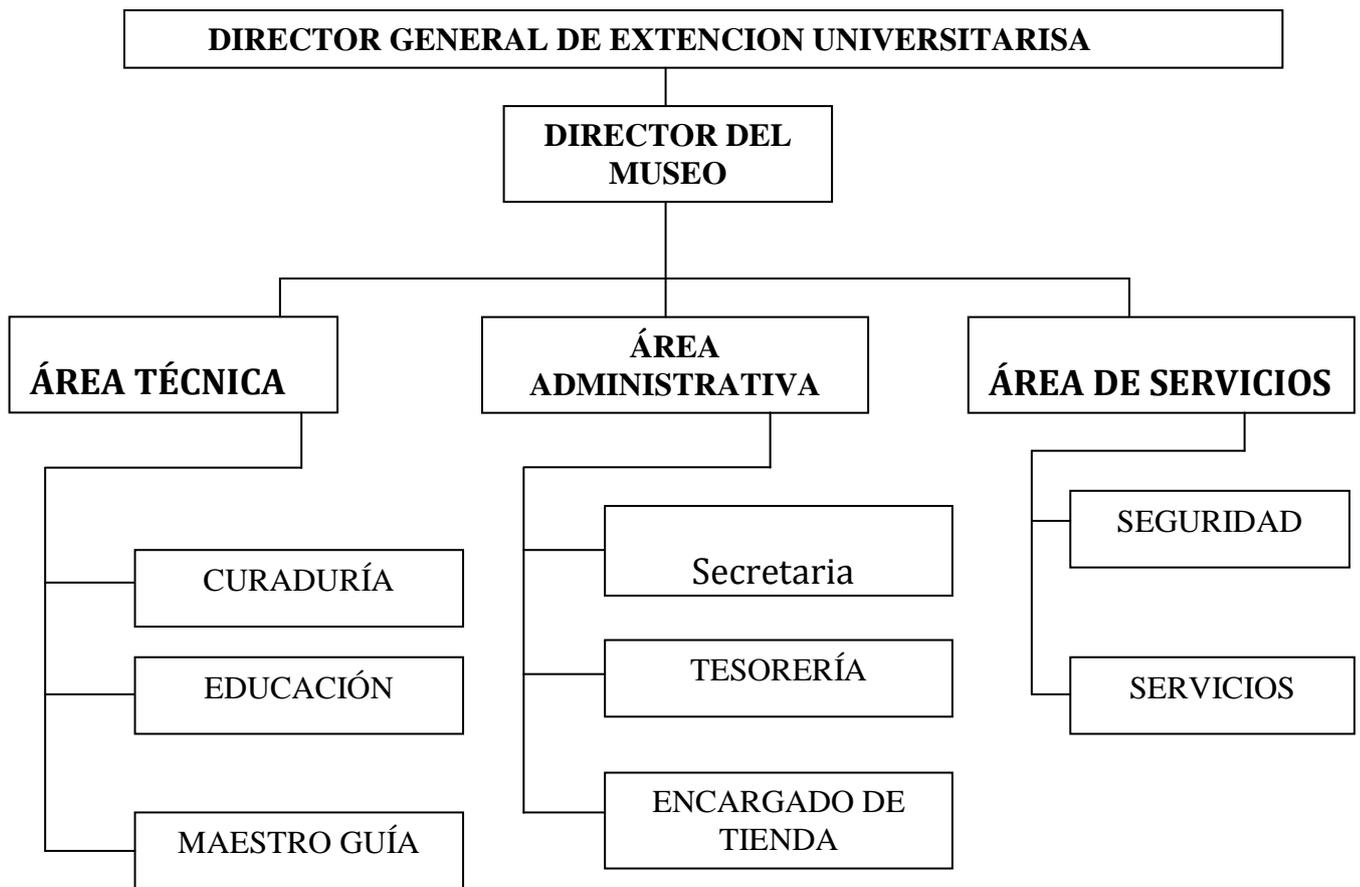


- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos22/el-organigrama-empresarial/el-organigrama-empresarial.shtml> **Enviado por** diana gloria lavanda reategui (descargado en el mes de mayo 2011)
- ❖ <http://www.conabip.gov.ar/Contenidos/Documentos/07Materialdeapoyo.pdf> (descargado en el mes de marzo 2011)
- ❖ López Reyes, Oscar; “RELACIONES PUBLICAS Y MARKETING SOCIAL”, 1ra. Edición, Editora Panamericana, Santo Domingo, 1996. (descargado en el mes de abril 2011)
- ❖ Naty naty_kot[arroba]yahoo.com.ar Trabajo realizado por: Lic. Natalia Martini nvmartini@yahoo.com mayo de 1998 (descargado el mes de mayo 2011)
- ❖ PLANEAMIENTO EN RELACIONES PÚBLICAS
- ❖ Rojas Orduña, Octavio Isaac. *Relaciones Públicas. La Eficacia de la Influencia*. Madrid, ESIC Editorial. ISBN 84-7356-417-0. (descargado en el mes de abril 2011)
- ❖ Seitel, Fraser P. *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*. Madrid, Pearson Educación. ISBN 84-205-3510-9. (descargado en el mes de mayo 2011)
- ❖ Stanton, William; Walker, Bruce y Etzel, Michael; “FUNDAMENTOS DE MARKETING”, 10ma. Edición, Editora McGraw-Hill, Ciudad México, 1996. (descargado en el mes de junio 2011)
- ❖ Wilcox, D.J. et al. *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. Madrid, Pearson Educación. ISBN 84-205-5035-3. (descargado en el mes de junio 2011)
- ❖ Xifra, Jordi. *Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas*. Madrid, McGraw Hill / interamericana. ISBN 84-481-3989-5. (descargado en el mes de mayo 2011)



9 ANEXOS

A. Organigrama de la Institución:





A.1. ARBOL DEL PROBLEMA

EFFECTOS DEL PROBLEMA

Pocos estudiantes visitan el museo

Hay poco apoyo por parte de las facultades de la Universidad USAC

Hay poco apoyo de la administración de la USAC

Poca cobertura

PROBLEMAS PRINCIPALES

Cobertura a la Universidad San Carlos

Mas proyectos y con fechas que la gente tenga dinero para pagar el taller

Talleres a alumnos de la USAC y de Colegios e Institutos

Conseguir un patrocinador.

CAUSAS DEL PROBLEMA

Falta de presupuesto (dinero)

Fechas ya estipuladas para que puedan pagar el taller

Falta de apoyo por parte de las autoridades de la Universidad San Carlos Falta de apoyo por algunas facultades ya que hay talleres y exposiciones para cada una



B. ENCUESTAS

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
MUSEO DE LA UNIVERSIDAD SAN CARLOS
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EPS LICENCIATURA

HOJA DE APRECIACIÓN

Apreciado visitante: Su opinión son de suma importancia para nosotros, para poder mejorar la calidad de comprensión, presentación y poder brindarles la mejor atención que usted se merece. Marque una "X" la casilla que mejor refleje su opinión y su comentario.

Estudiante Primaria Media Diversificado
Universitario

1. Comprensión sobre la información de las exposiciones que tiene el MUSAC
Excelente Buena Regular Mala
Por que _____

2. Que tema te gusto más
Histórica Cultura Galería de Arte
Restauración del Edificio
Por que _____

3. Fue fácil la lectura de los rótulos en las exposiciones Si
No
Si tu respuesta es no por que

4. La información que usted recibió por parte de la maestra guía fue clara y concisa Si
No
Si tu respuesta es no por que

5. Qué opinión tiene sobre la presentación de documentos, piezas y pinturas que se exponen en el MUSAC
Excelente Buena Regular Mala
Por que _____

6. El color, la iluminación y el montaje de la exposición
Excelente Buena Regular Mala
Por que _____

7. Les gusto la actividad que realizó Si No
Si tu respuesta es no por que

8. La atención que le brindo el personal del MUSAC
Excelente Buena Regular Mala
Por que _____

9. Ya conocías el MUSEO Si NO

10. En que tenemos que mejorar Comentario

C. GRAFICAS ESTADISTICA

Comprensión sobre la información de las exposiciones que tiene el MUSAC Excelente

Pregunta no.. 1



- bueno
- excelente
- regular

Que tema te gusto más

Pregunta no. 2



- Histórica
- Cultura
- Galería de Arte
- Restauración del Edificio

Fue fácil la lectura de los rótulos en las exposiciones

Pregunta no. 3



- si
- no
-
-

La información que usted recibió por parte de la maestra guía fue clara y concisa

Pregunta no. 4



- si
- no
-
-

Qué opinión tiene sobre la presentación de documentos, piezas y pinturas que se exponen en el MUSAC

Pregunta no. 5



- excelente
- buena
- regular
- mala

El color, la iluminación y el montaje de la exposición

Pregunta no. 6

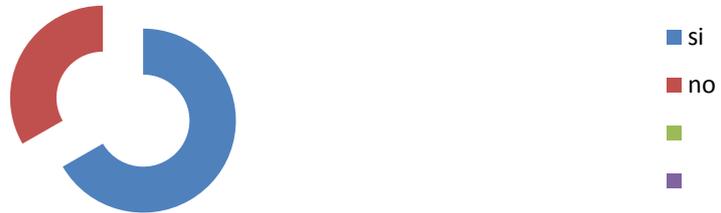


- excelente
- Buena
- Regular
- Mala



Les gusto la actividad que realizaron

Pregunta no. 7



La atención que le brindo el personal del MUSAC

Pregunta no. 8



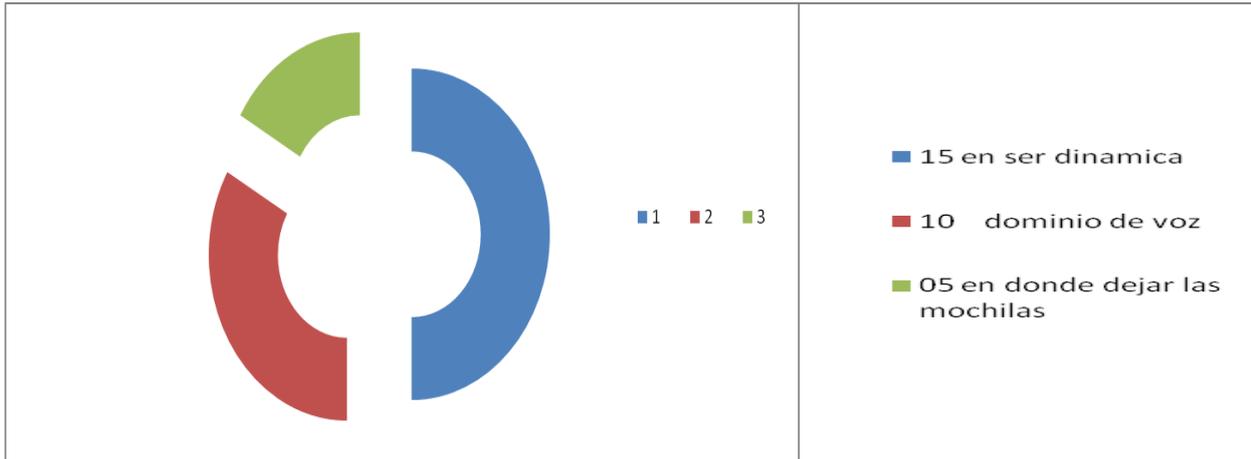
Ya conocías el MUSEO

Pregunta 9





En que tenemos que mejorar Comentario

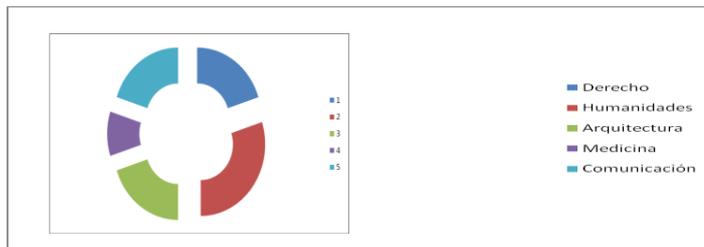




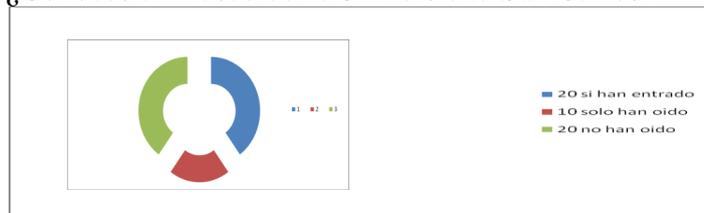
UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
MUSEO DE LA UNIVERSIDAD SAN CARLOS
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EPS LICENCIATURA

Apreciado visitante: Su opinión son de suma importancia para nosotros, para poder mejorar la calidad de comprensión, presentación y poder brindarles la mejor atención que usted se merece. Marca una "X" la casilla que mejor refleje su opinión y su comentario.

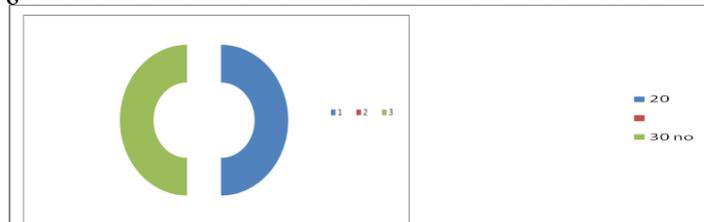
Nombre de la Facultad o Escuela _____



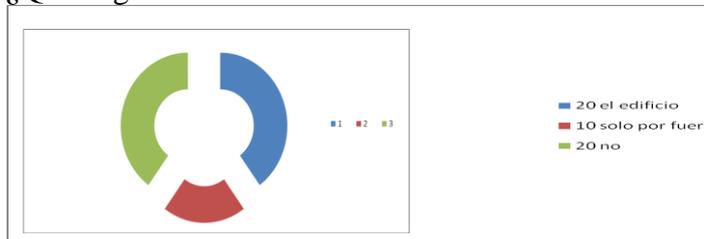
1. ¿Conoces el Museo de la Universidad San Carlos?



2. ¿Sabes donde está ubicada el museo de la Universidad San Carlos?

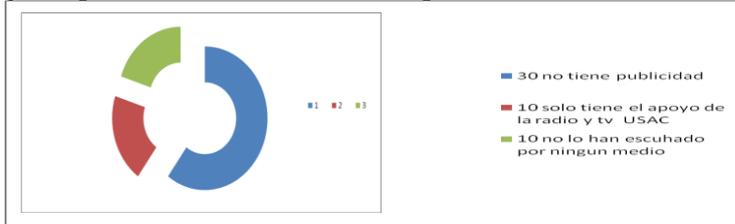


3. ¿Qué te gusto del Museo?

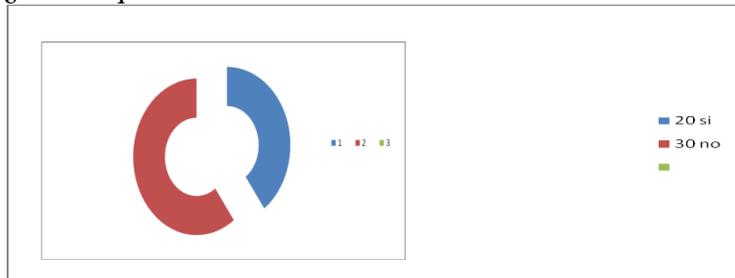




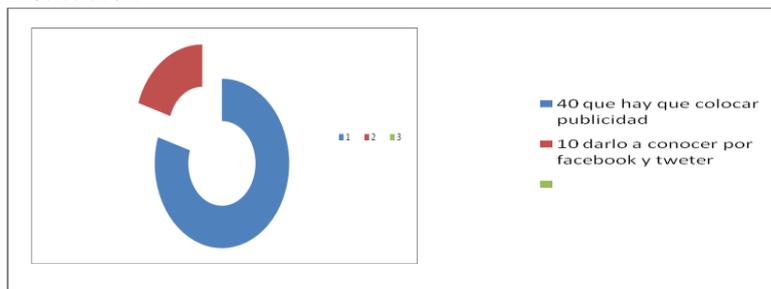
4. ¿Por qué medio te has enterado que existe el museo?



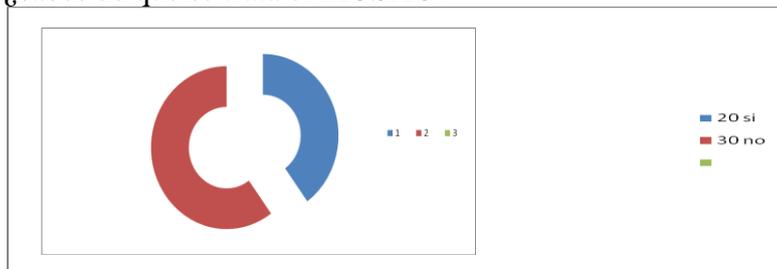
5. ¿Sabes que actividades se realizan en el MUSAC?



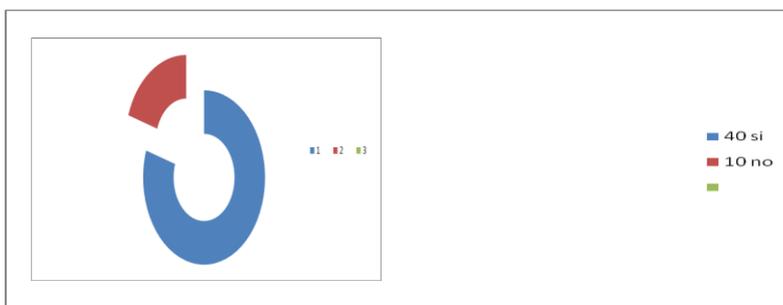
6. ¿Qué crees tú que puede hacer el MUSAC para que los estudiantes visiten dicha institución?



7. ¿sabes de qué se trata el MUSAC?



8. ¿te gustaría saber de qué se trata el MUSAC?



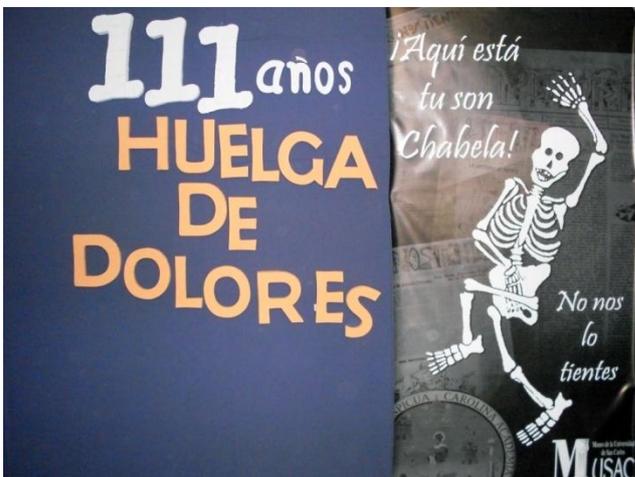
D. FOTOGRAFÍAS



Entrada principal del museo 9ave. 9-79 zona 1 Centro Histórico



Patio Principal Fuente en medio del patio



Exposición Salón 12 Sala facultativa



Exposición Sabor y Aroma Gastronomía guatemalteca comidas típicas de semana Santa salón de las culturas



Piezas del mes Libros Antiguos



Don Celso Lara un Historiador “Leyenda y Mitos”
De Guatemala



Cuadrático de Artes y el maestro y director de Marimba de la Presidencia.
Actividad de Marimba



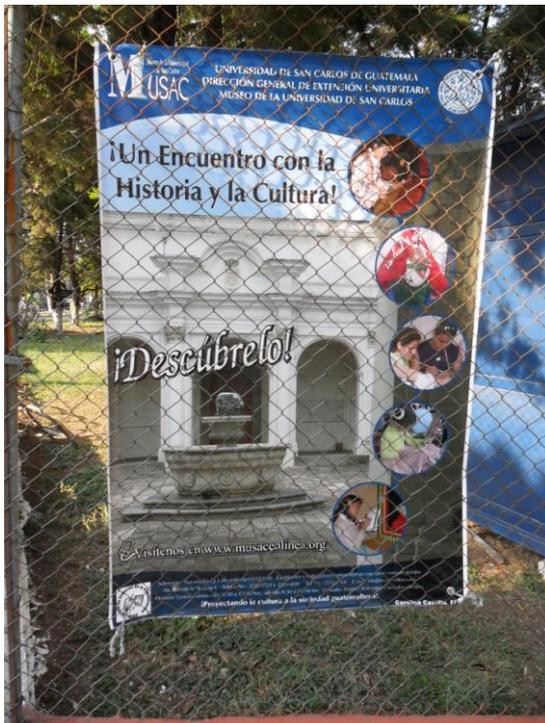
Carolina Castillo y Historiador



Carolina Castillo primer día taller de Reciclaje



Carolina Castillo y Flor Santizo Guía del Museo
Segundo día del taller de Reciclaje



Afiche que se colocaron en la USAC



E. ACTIVIDADES FUERA DE PROYECTO

- ❖ **Concierto de marimba el 28 de febrero**
- ❖ **Auxiliar en el Museo como guía**
- ❖ **Guiar a Jóvenes en el Día del MUSEO**
- ❖ **Auxiliar de guía en el recorrido del MUSEO**
- ❖ **Auxiliar de guía en el recorrido de Gastronomía guatemalteca**
- ❖ **Pegar a fichas en la USAC**
- ❖ **Repartir volantes para el evento de la semana de Aniversario**



TALLERES NOVIEMBRE

Jueves 18 de noviembre

horario de 15:00 a 17:00

Taller Modelado en barro
Dirigido por la alfarera Cristina Martínez
Para público en general
Inscripción previa
Materiales Q. 10.00
Admisión Q. 5.00

Viernes 19 de noviembre

horario de 15:00 a 17:00

Taller de Bisutería
Elaboración de collar, aretes y pulsera
Dirigido por Mateo Escot Aquino
Traer tijeras, tenaza
Inscripción previa
Para todo público en general
Materiales Q. 20.00
Admisión Q. 5.00

Jueves 25 de noviembre

horario de 15:00 a 17:00

Talleres artesanales
Ángeles y Muñecas de Tuza
Dirigido por la artesana Marta Julia López
Dirigido a público en general
Materiales Q. 20.00
Admisión Q. 5.00

DIRECCIÓN:

9a. avenida 9-79, zona 1

Telefax No.: (502) 2232-0721 y

2251-6840 Ext. 101

Web: www.musacenlinea.org

E-mail: info@musacenlinea.org



Más Información: Programa Educativo
TEL.:2232-0721 ext. 105, educacion@musacenlinea.org

Visítenos en www.musacenlinea.org



EXPOSICIÓN "ASÍ ES NUESTRA REALIDAD"

**DE LA ESCUELA DE ARTES PLÁSTICAS
DE LA GRANJA DE REHABILITACIÓN PAVÓN**

El Museo de la Universidad de San Carlos, invita a la Inauguración de la Exposición "Así es Nuestra Realidad", el miércoles 17 de noviembre de 2010 a las 10:30 hrs. en MUSAC (9 avenida 9-79, zona 1). ADMISIÓN GRATUITA

El MUSAC bajo el lema proyectando la cultura a la sociedad guatemalteca funciona con el objetivo de abrir espacios para la presentación de propuestas pictóricas, en esta oportunidad presenta en el claustro la EXPOSICIÓN "ASÍ ES NUESTRA REALIDAD", obras de diez artistas que muestran su talento aplicando diferentes técnicas y con temática diversa. Los pintores pertenecen a la Escuela de Artes Plásticas de la Granja de Rehabilitación Pavón, se aprecian además versos de varios escritores privados y exprivados de libertad.

Promoviendo esta muestra la asociación "Senderos de Libertad" está conciente del papel que desempeña en el fortalecimiento de la justicia, la seguridad ciudadana y la prevención del delito además de conocer la realidad y la experiencia de las cárceles, es una entidad de apoyo a la iniciativa de cambio para nuestro país y la disminución de la violencia.

El objetivo de la actividad es sentar un precedente para el desarrollo de las personas y permitirles una visión más amplia en cuanto a su rehabilitación y reinserción social.

La exposición puede visitarse del 17 al 29 de noviembre en horario de lunes a viernes de 9:30 a 17:30, sábados de 9:30 a 13:00, martes y feriados oficiales, cerrado. La admisión es de Q.1.00 para nacionales y Q. 8.00 para extranjeros. Para más información comunicarse con Programa Educativo al 2232-0721 o escribimos a educacion@musacenlinea.org

Más Información: Programa Educativo
TEL.:2232-0721 ext. 105, educacion@musacenlinea.org

DIRECCIÓN:

9a. avenida 9-79, zona 1

Telefax No.: (502) 2232-0721 y

2251-6840 Ext. 101

Web: www.musacenlinea.org

E-mail: info@musacenlinea.org

Visítenos en www.musacenlinea.org





TALLERES ARTESANALES

Jueves 18 de noviembre

15:00 a 17:00

Taller de Manualidades Navideñas

Expo-venta y taller de artesanía: Modelado en barro "Ángeles de Chinautla"

Dirigido por la alfarera Cristina Martínez

Integrado a la exposición "Legado de mi Tierra"

Para público en general

Inscripción previa

Materiales Q. 10.00

Admisión Q. 5.00

Las artesanías de Guatemala tienen un gran valor patrimonial, son fabricadas por artesanos con materiales diversos como madera, metal, fibras vegetales, jícaras, textil, cuero y barro y es precisamente de este material extractado de los yacimientos naturales que conoceremos en vivo el proceso de modelado de figuras que se realiza en Chinautla para la época navideña, este municipio constituye uno de los centros alfareros de mayor producción del país. Los participantes podrán modelar un ángel en barro.

Viernes 19 de noviembre

15:00 a 17:00

Taller de Manualidades

Proyecto: Bisutería Elaboración de collar, aretes y pulsera

Dirigido por Mateo Escot Aquino

Información con Programa Educativo TEL.:2232-0721 ext. 105, educacion@musacencine.org

Inscripción previa

Dirigido a jóvenes

Materiales Q. 20.00

Admisión Q. 5.00

De Santo Domingo Xenacoj el artesano Mateo Escot Aquino nos comparte la técnica de elaboración de collares, aretes y pulseras, excelente fuente de generar ingresos para el hogar.

Jueves 25 de noviembre

15:00 a 17:00

Talleres artesanales "Ángeles y Muñecas de Tuza"

Integrados al Exposición "Legado de mi Tierra"

Dirigido por la artesana Marta Julia López de San Cristóbal el Bajo, Sacatepéquez

Dirigido a público en general

Inscripción previa

Materiales Q. 20.00

Admisión Q. 5.00

Las artesanías de Guatemala tienen un gran valor patrimonial, son fabricadas por artesanos con materiales diversos como madera, metal, fibras vegetales, jícaras, textil, cuero, barro y tuza; éste último nos servirá como materia prima para crear diseños de ángeles y muñecas.

Visítenos en www.musacencine.org



CUÑA:

El Museo de la Universidad de San Carlos, invita al concierto de gala **“GRANDES MOMENTOS DE LA MÚSICA NACIONAL”** con **El Cuarteto Contemporáneo de Guatemala**. Conjunto musical integrado por dos violines, una viola y un violonchelo. Los asistentes apreciarán el virtuosismo con el que los maestros evocan el lenguaje universal en el marco de uno de los edificios más trascendentales del Centro Histórico.

El **sábado 20 de noviembre 2010** a las **16:00** horas en **MUSAC** (9 avenida 9-79, zona 1).
Donación. Q.100.00

Entradas a la Venta en la Tienda del Museo.

Más Información: Programa Educativo
TEL.:2232-0721 ext. 105, educacion@musacenlinea.org

DIRECCIÓN:

9a. avenida 9-79, zona 1
Telefax No.: (502) 2232-0721 y
2251-6840 Ext. 101

Web: www.musacenlinea.org
E-mail: info@musacenlinea.org



 **Visítenos en www.musacenlinea.org**

EXTENSION