



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“DANZA EN TU IDIOMA”

PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS

PARA EL TALLER COREOGRÁFICO DE LA UNAM

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

OPCIÓN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

P R E S E N T A :

KARLA ORTEGA CEDILLO

ASESOR: DR. SERGIO MONTERO OLIVARES



CIUDAD UNIVERSITARIA

MARZO, 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“The body says what words cannot.”

"El cuerpo expresa lo que las palabras no pueden decir."

Martha Graham

Bailarina y coreógrafa estadounidense

1894-1991



INDICE

(¡PRIMERA LLAMADA, PRIMERA!)

Introducción.....	7
-------------------	---

ESCENA 1- Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

1. Comunicación Organizacional.....	11
A. Organización.....	11
B. Concepto de Comunicación Organizacional.....	19
a. Comunicación Interna.....	22
b. Comunicación Externa.....	23
2. Identidad Corporativa.....	24
3. Relaciones Públicas.....	29
A. Breve historia de las Relaciones Públicas.....	29
B. Definición de Relaciones Públicas.....	32
4. Diferencias y Similitudes entre Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.....	37

ESCENA 2- La Danza y el Taller Coreográfico de la UNAM

1. ¿Qué es la Danza?.....	41
2. Géneros de Danza.....	43
A. Danzas de Concierto.....	43
a. Clásica.....	43
b. Moderna.....	43
c. Contemporánea.....	44
d. Jazz.....	44
B. Danzas Regionales.....	44
a. Autóctonas.....	44
b. Populares.....	44
c. Folklóricas.....	45
3. Danza y Comunicación.....	47
4. La Danza en México.....	50
A. Danza Prehispánica.....	50
B. Danza en la Colonia.....	53

a. Siglo XVI, Siglo de la Conquista.....	53
b. Siglos XVII y XVIII, Apogeo de la Colonia.....	55
c. Siglo XIX, Siglo de Independencia.....	57
C. Porfiriato.....	58
D. Siglo XX.....	60
5. Danza en la UNAM.....	66
6. Historia del Taller Coreográfico de la UNAM.....	69
A. Gloria Contreras.....	69
B. Historia de la compañía de 1970 – 2010.....	71

ESCENA 3- Programa de Relaciones Públicas para el Taller Coreográfico de la UNAM

1. Situación Actual del Taller Coreográfico de la UNAM.....	79
A. Diagnostico.....	79
a. Económico.....	79
b. Competencia.....	80
c. Empleados y situación laboral (Público Interno).....	81
d. Identidad corporativa actual.....	83
e. Público Externo.....	83
f. FODA.....	89
B. Campo de acción.....	90
2. Programa de Relaciones Públicas “Danza en tu idioma”	
A. Presentación.....	91
B. Objetivos.....	92
C. Públicos.....	92
2.1 “Danza en tu Idioma” Parte 1 - De adentro hacia afuera	
A. Área de oportunidad.....	92
B. Estrategias.....	93
a. ¿Qué es el TCUNAM?.....	93
b. 1 2 3 con el TCUNAM.....	95
c. ¡A ponernos la Camiseta!.....	96

2.2 “Danza en tu idioma” Parte 2 – Bailando para ti

A. Área de oportunidad	105
B. Estrategias.....	105
a. Celebrando y Remodelando	105
b. Enred@ndonos.	106
c. Bailando cerca de ti	108
d. Cinedanza	110
e. Baila Conmigo	111
f. ¡A escena!	113
g. ¡Te invito a que me veas!	115
h. Paso a Paso contigo	116
i. Llévame contigo	116
C. Cronograma.....	124
Conclusiones	127
Agradecimientos	131
Fuentes	134

INTRODUCCIÓN

(¡SEGUNDA LLAMADA, SEEEGUNDA!)

La danza ha significado mi escaparate y mi forma de expresión, de vivir y de sentir, mi forma alterna de ver la vida. Es por ello que para concluir este ciclo tan importante, conjugo dos pasiones: La danza y la comunicación.

La comunicación es parte esencial de la vida del ser humano, nos da las herramientas para expresar lo que sentimos, creemos, pensamos y lo que queremos.

Por su lado la danza ha sido la expresión del hombre a través de millones de años, desde su aparición en la tierra, ha manifestado todo tipo de sentimientos, deseos, emociones, tristezas, suplicas, agradecimientos, tradiciones, ideología y rituales de una sociedad.

Ha sido desde el medio de comunicación más simple de los seres humanos, hasta el más complejo, ha sabido cruzar fronteras con el lenguaje universal del movimiento, ha sabido unir y ha sabido identificar. Pero sobre todo ha sabido comunicar.

¿Por qué el Taller Coreográfico de la UNAM y no otra compañía?

Cabe aclarar que decidí realizar el estudio basándome en la compañía de danza de la Universidad ya que aquí, en la UNAM, fue donde conocí el verdadero significado del arte y la verdadera riqueza de la danza.

La Universidad me ha ofrecido tanto, académica y culturalmente, que decidí retribuirle un poco de lo que ella me dio.

Tomo en cuenta al Taller Coreográfico de la UNAM (TCUNAM) porque tiene una perspectiva muy particular de ver la realidad mexicana y plasmarla por medio de movimientos corporales que, como lo diría su directora y fundadora Gloria Contreras, “además de divertir, hacen reflexionar”.

El Taller ha sido analizado por diferentes estudiosos como un icono visual en su ámbito, sin embargo ninguno se ha enfocado a ver a la compañía como una organización que se comunica. Por ello he decidido realizar un plan de Relaciones Públicas para poder llegar tanto a su público interno como a su público externo.

Comienzo trabajando para el público interno ya que considero que las herramientas principales para todo tipo de difusión, surgen de la identidad de la organización hacia sus diferentes públicos, es muy importante que para lograr cualquier objetivo, los integrantes de la misma tengan muy claro cuál es la misión, visión y valores a seguir para llegar con mayor eficiencia y eficacia a cualquier meta.

El problema del Taller Coreográfico de la UNAM en cuanto a comunicación externa y difusión se refiere, es que se limita a trabajar principalmente con un público de nivel licenciatura así como universitarios egresados. Y, aunque no le desagrada la idea de acaparar a un público más joven, no ha puesto la suficiente atención ni el interés para llegar a él.

El objetivo principal de este proyecto es reforzar la identidad de la compañía así como vincular al TCUNAM con los jóvenes de 15 a 18 años, ya que es un público que comienza a reflexionar el porqué de las cosas y los sucesos que hay a su alrededor, convirtiéndose así en pensadores más creativos a los cuales el Taller Coreográfico podría aportarles algo más que diversión.

Esta investigación, por medio de un programa de Relaciones Públicas, pretende dar como resultado una mayor difusión de las actividades del TCUNAM y vincularlo, principalmente, con su público juvenil.

En México los jóvenes difícilmente se acercan al arte, ya que además de no estar entre sus prioridades, no forma parte de su cultura porque la consideran “para unos cuantos”. Mientras que por el otro lado, podemos encontrar que algunas organizaciones culturales tampoco saben cómo acercarse a sus públicos, y éste es el caso del Taller Coreográfico de la UNAM.

El proyecto se encuentra desglosado en tres partes que considero fundamentales para llevar a cabo el programa:

La primera parte incluye todo lo referente a las bases de la comunicación, las relaciones públicas y la organización. Considero que es muy importante saber de dónde venimos, hacia dónde vamos, porque medio y que es lo que queremos lograr.

En el segundo capítulo presento la historia de la danza en México, así como la trayectoria del Taller Coreográfico de la UNAM con el objetivo de conocer mejor la situación de la danza y la compañía en nuestro país.

En el tercero conjugo los conocimientos adquiridos en los dos capítulos anteriores para crear un programa de relaciones públicas que beneficie tanto a la organización como a sus públicos. Este programa tiene por nombre “Danza en tu idioma” el cual hace alusión a que la danza es de todos y para todos. No se necesita tener un lenguaje específico para acercarnos a ella ya que el movimiento, su lenguaje principal, es universal.

Esta tesis surge de la necesidad de mostrar a las Relaciones Públicas y la Comunicación Organizacional como las herramientas fundamentales para poder llevar a cabo de manera efectiva la promoción, difusión y posicionamiento no sólo para una compañía de Danza, si no para cualquier organización.

¡TERCERA LLAMADA, TEEERCERA!, ¡COMENZAMOS!...

Escena 1

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

A. Organización

De acuerdo al Diccionario de la lengua española una organización es la *Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.*¹

Stephen Robbins nos dice que la *Organización es un conjunto de personas que actúan juntas, con una división lógica del trabajo para alcanzar un objetivo en común.*²

*Carlos Audirac Menciona que una organización es un proceso estructurado en el cual interactúan las personas para alcanzar sus objetivos*³

De esta manera podemos entender que una organización es un grupo de personas que por medio de una estructura de trabajo buscan objetivos en común, logrando producir resultados más amplios y extendidos que si lo hubieran hecho de manera individual.

Las organizaciones forman parte tanto de la sociedad como de la vida individual de las personas, nos afectan, son indispensables para la calidad de nuestra vida y para lograr nuestro desarrollo personal.



Si las organizaciones trabajan en equipo, lograrán más fácilmente sus objetivos.

En este concepto no sólo podemos incluir a las corporaciones, instituciones, ejércitos, escuelas, hospitales, iglesias, prisiones, etc., sino también las que proporcionan diversión dentro de la sociedad como las compañías de danza, teatro, música y deportivas, entre otras que comúnmente son consideradas independientes de cualquier tipo de organización.

¹ <http://www.academia.org.mx/rae.php> consultada el 17 de mayo del 2011.

² Robbins, Stephen, COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, CONCEPTOS, CONTROVERSIAS Y APLICACIONES, pp 28.

³ Audirac, Carlos A., EL ABC DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL , p 31.

El éxito de las organizaciones depende de los esfuerzos colectivos de las personas que colaboran dentro de ella.

Es necesario que las organizaciones cuenten con recursos físicos y materiales, como la tecnología, materias primas, equipos, instalaciones y dinero, que manejarán y procesarán con su trabajo para lograr sus objetivos.

Las organizaciones forman parte fundamental del desarrollo de las sociedades ya que, además de ser productoras de bienes y servicios, crean el ambiente en el que las personas pasan la mayoría de su vida, influyendo ampliamente en el comportamiento humano.

Las finalidades básicas de las organizaciones son

- 1) Generar valor económico
- 2) Producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades sociales
- 3) Perseguir su propio desarrollo así, como el de las personas que la componen.

Para entender cuál es el funcionamiento y el desarrollo de las organizaciones es importante remitirnos a los diferentes modelos que surgieron con la finalidad de dar explicación a este ente social.

Charles Babbage⁴ con su principio de la división del trabajo fue quien le dio inicio a la teoría clásica de la organización, enunciando por primera vez que la especialización del trabajo es mucho más fácil y eficiente que reclutar o adiestrar a los maestros artesanos⁵, su principio se basa en que a través de la subdivisión del trabajo se puede lograr una acumulación de tareas simples y eficientes, logrando reducir tiempo, esfuerzo y costo.

La razón es que para un individuo el hecho de realizar todas las tareas de un proyecto por sí solo sería extremadamente complejo, exigente y probablemente imposible en muchos casos. Sin embargo sí se especializa en dominar una de las tareas, concentrará toda su atención y difícilmente cometerá un error.

⁴ Sexton William, TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN, PP. 13.

⁵ Ib. Ídem.

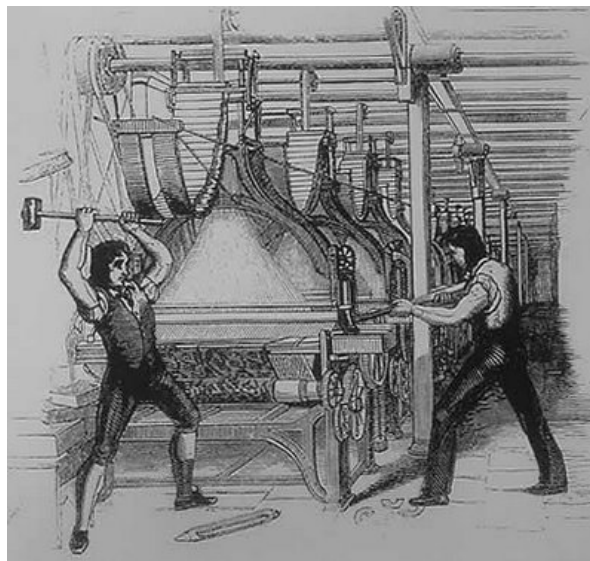
La teoría clásica sostiene que el hombre es un ser racional con motivos económicos⁶ por lo tanto aceptará fácilmente la oportunidad de ampliar sus propios intereses y de esta manera mejorar su posición financiera.

Teoría Científica (Town, Taylor 1900)

“La mejor forma de organización es la que permite medir el esfuerzo individual”⁷

La teoría científica es el resultado de los primeros esfuerzos sistemáticos para estudiar una organización a través de un método.

Frederik Taylor, sostuvo que la especialización de las tareas impulsada por incentivos apropiados lograría unir los intereses tanto de los patrones como de los empleados, de tal manera que si un individuo produce más, tanto él, como la compañía reciben más beneficios.



| *Trabajadores del Siglo XVIII*

Taylor propuso un sistema de trabajo basado en cuatro principios:

- 1) Desarrollo de un método de medición del trabajo de las personas
- 2) Selección científica, entrenamiento y desarrollo de los trabajadores, que sustituyera a los antiguos esquemas donde, los trabajadores se entrenaban lo mejor que podían por sí mismos.

⁶ Ib. ídem, pp. 14.

⁷ Rivas Tovar, Luis A., MAPA DE LAS TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN: UNA ORIENTACIÓN PARA EMPRESAS.

- 3) Esfuerzo cooperativo de los trabajadores, para asegurar que todo el trabajo se realice conforme a los principios de la administración científica.
- 4) La idea de que el trabajo y la responsabilidad son compartidos tanto por la administración como por el trabajador.⁸

Ya fijados los estándares justos de desempeño, se implementarían los incentivos para que los trabajadores dieran un esfuerzo adicional

Teoría Funcional (Fayol 1916)

*“La mejor forma de organización es la que está basada en una división de funciones, que se dividen en subfunciones y procedimientos, los cuales a su vez son desarrollados por uno o más puestos”.*⁹

Esta teoría surge en la década de 1930 en Estados Unidos a partir de la existencia de grandes empresas, donde las estructuras organizacionales enfatizaban el centralismo, la división del trabajo y la importancia de distinguir las tareas administrativas de las operativas.

Bajo estas circunstancias Fayol propone que para lograr mayor eficiencia de una organización debe crear una división departamental basada en cinco áreas básicas: Seguridad, Producción, Contabilidad, Comercialización y Administración.

Sus funciones radicaban en proveer programas de acción, organizar una estructura de trabajo y funciones, dirigir al personal, coordinar de manera armónica todos los esfuerzos y actos y controlar que todo se desarrolle de acuerdo a las normas establecidas.

La aplicación de los principios de la Administración Científica, aunque contribuyeron a la generación de riqueza y promovieron la eficiencia en las organizaciones, fueron llevadas al extremo, provocando la alianza de los trabajadores y el surgimiento de los primeros sindicatos.

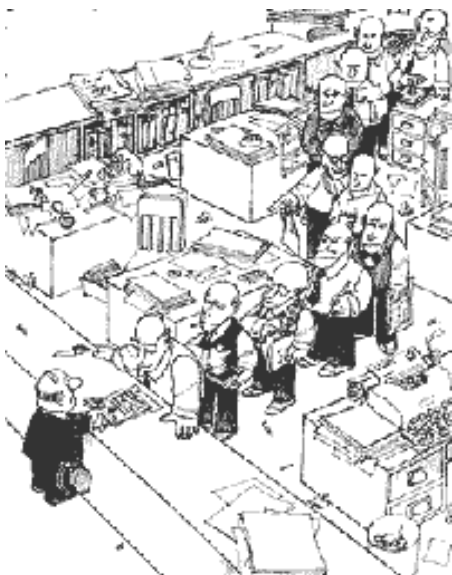
⁸ Ib. ídem.

⁹ Ib. ídem.

En la actualidad podemos considerar que las áreas básicas en una organización son: Dirección General, Producción, Ventas, Mercadotecnia, Distribución y Recursos Humanos.

Teoría burocrática (Weber 1924)

*“La mejor forma de organización es la que tiene reglas claras y racionales, decisiones impersonales y excelencia técnica de sus empleados y gestores.”.*¹⁰



Weber sostiene que la forma más eficaz de organización es parecida a una máquina. Los rasgos distintivos de esta teoría marcan que las relaciones entre los miembros de un grupo de trabajo son impersonales. El perfil y las actitudes de cada persona dependen del puesto que ocupa así como las tareas que realiza; la división del trabajo y la especialización son requisitos del funcionamiento eficaz. Cada puesto tiene definidas las tareas que debe llevar a cabo, y las responsabilidades de empleados y directivos son acordes a dichas tareas.

Con el paso del tiempo la burocracia se convirtió en un sistema obsoleto, que sólo producía pérdida de tiempo.

El merito principal de la burocracia es su eficiencia técnica, haciendo hincapié en la precisión la rapidez, el control experto, la continuidad, la descripción y los rendimientos óptimos sobre los insumos. La estructura se acerca a la eliminación completa de las relaciones personalizadas y las consideraciones no racionales.¹¹

Esta administración se basa en documentos escritos que preserven la forma original de cada movimiento dentro de la organización.

¹⁰ Ib. ídem.

¹¹ Sexton, William, TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN, PP. 100.

El burócrata en la mayoría de los casos es solamente un eslabón del mecanismo que mantiene en movimiento a una organización, de tal manera que se convierte en un experto que sigue una ruta fija para lograr el objetivo común.

Teoría de las Relaciones Humanas (Mayo, 1920; Maslow, 1954;)

“La mejor forma de organización es la que considera e integra a las personas que la hacen funcionar”¹²

Durante las décadas de 1920 a 1970 Mayo realiza diferentes investigaciones en organizaciones donde la atención principal no era la producción de la empresa o los beneficios de la misma, sino los beneficios del trabajador. Puso a prueba a 6 chicas de la empresa *Western Electric's* en distintas situaciones laborales: varió los períodos de descanso haciéndolos más largos, reduciendo los días de trabajo, acortando las semanas laborales y proponiendo cortes para tomar café

Como resultado se consiguió un crecimiento en el nivel productivo de las empleadas así como menos fatiga de las chicas analizadas.

Mayo llegó a la conclusión de que los aspectos emocionales de los trabajadores resultan más importantes que su esfuerzo físico, y que la participación íntegra de las opiniones de un trabajador componen los fundamentos de la productividad.

Maslow, por su lado propuso la teoría de las Motivaciones, que está basada en cinco necesidades jerárquicas ordenadas: 1) básicas 2) seguridad, 3) afiliación, 4) reconocimiento y 5) autorrealización. Con esto nos demuestra que a comparación del trabajador tayloriano el hombre es un ser social y que no sólo desea un bienestar económico, también desea pertenecer a un grupo, ser reconocido y autorrealizarse a través de ello.

¹² Rivas Tovar, Luis A., MAPA DE LAS TEORIAS DE LA ORGANIZACIÓN: UNA ORIENTACIÓN PARA EMPRESAS.

Teoría de los sistemas cooperativos (Barnard 1938)

*“La mejor forma de organización es la que asegura la cooperación de los miembros que conforman la organización mediante un trato justo y beneficios recíprocos”.*¹³

De acuerdo a Barnard las personas para alcanzar sus objetivos se relacionan. Es por ello que a través de la cooperación y la participación las organizaciones surgen.

Cuando una organización es pequeña los objetivos son comunes, por lo tanto la cooperación está asegurada, sin embargo, en una organización más grande los directivos debe asegurarse de promover la participación por medio de incentivos.

Para Barnard una persona eficaz logra los objetivos tanto de la empresa, como los propios.



La cooperación de cada elemento de la organización logra beneficios tanto para la ella como para cada uno de sus elementos.

¹³ Ib. ídem.

Teoría de los Sistemas (Beterlanffy, Katz, Rosengweiz)

*“La mejor forma de organización es la coordina armónicamente los diferentes subsistemas que definen el sistema organizacional”.*¹⁴

La Teoría de sistemas radica en que las organizaciones son

- 1) Sistemas abiertos que se constituyen por subsistemas uno dentro del otro
- 2) Estos sistemas son abiertos, se caracterizan por un proceso de intercambio de información con otros sistemas.
- 3) Cada sistema es diferente por lo cual sus funciones dependen de su estructura.

La investigación se agrupa bajo operaciones de manera administrativa, estructurada y programada con el objetivo de medir y controlar la incertidumbre y los riesgos frente a una situación incierta y hostil. La idea al aplicar estas técnicas es perfeccionar las decisiones, logrando mayores beneficios o minimizando costos.

Teoría de la Contingencia (Burns)

*“La mejor forma de organización depende de su tecnología tamaño y medio ambiente”.*¹⁵

La importancia que se le dio al estudio del medio ambiente en las organizaciones como una variable fundamental para el éxito condujo a la creación de la Teoría Contingente donde se coloca a la organización como un sistema completamente abierto donde, los intereses económicos tienen que coexistir con los aspectos humanistas

Existen dos corrientes de la Teoría contingencial:

- 1) La situacional que nace a finales de los años 50's donde los investigadores Emery y Trist, intentan identificar el proceso de las relaciones en el medio ambiente, clasificándolo de acuerdo a su naturaleza en cuatro contextos ambientales que influyen y regulan el comportamiento organizacional, 1) El entorno Estático y Aleatorio (Tranquilo), 2) El Entorno Estático y Segmentado, 3)

¹⁴ Ib. ídem.

¹⁵ Ib. ídem.

El Entorno Perturbado y Reactivo y 4) El Entorno de Campos Turbulentos", establecido con ello la interdependencia causal entre las organizaciones y su entorno.

2) La Segunda Corriente estudia la influencia de las contingencias sobre la estructura organizativa y el comportamiento administrativo, 1) Producción unitaria, 2) Producción en masa y 3) Producción Continua dando como resultado que, las técnicas de producción determinan las estructuras y los comportamientos dentro de una organización.

Burns concluye con que el ambiente determina la estructura de la organización, lo que afecta a su sistema administrativo y de funcionamiento

La importancia de esta teoría radica en que dependiendo de la organización y el medio ambiente en el que se desarrolle, le afectara de manera distinta los impactos externos, y por lo tanto se debe diseñar organizaciones con estructuras y modelos flexibles que les ayuden a la sobrevivencia en una sociedad.

Las teorías y las organizaciones han ido evolucionando con el objetivo de obtener los mayores beneficios de sus recursos, ninguna organización es igual a otra, sin embargo es muy importante que voltee a ver tanto sus características propias así como los aspectos externos, y de esta manera equilibrarlos para ofrecer un servicio o producto de calidad, pero sobre todo para que se mantenga vigente dentro de una sociedad.

B. Concepto de Comunicación Organizacional

Para construir un concepto de comunicación Organizacional es importante responder primero, ¿Qué es la comunicación? y ¿Cómo nos comunicamos eficientemente?

La palabra comunicación deviene del latín *comunicaré*, que significa compartir algo o poner en común. Es un proceso en el cual se intercambian ideas entre dos o más personas; para que el proceso de comunicación sea eficiente es necesario que el receptor utilice el mismo código de signos que el emisor para poder decodificar e interpretar el mensaje, en el momento en el que él responde a través de los mismos

signos de decodificación se convierte en emisor. A éste proceso se le llama retroalimentación o Feed back.

El feed back transforma un proceso informativo en comunicativo. Un mensaje que no espera respuesta se convierte en información, pero cuando busca estimular al receptor para que emita una respuesta o modifique su actitud ante el tema en cuestión, nos encontramos frente a un proceso de comunicación.

Es muy importante tener claramente diferenciadas a la comunicación y la información ya que muchos de los gerentes o directores considera que al mantener informado a su personal de los sucesos de la organización se está comunicando con él, y están olvidando de establecer un canal que permita la retroalimentación por parte del personal.



La comunicación ayuda a fomentar la motivación de los empleados para que sepan con exactitud qué es lo que tienen que hacer y cómo para mejorar su desempeño dentro de la organización.

Cuando a un empleado simplemente se le informa se le está excluyendo y limitando, sin embargo si se le proporciona un canal de retroalimentación él se siente parte integral de la organización. La comunicación en general pretende lograr un cambio en la conducta, en la forma de pensar o en la forma de percibir determinados asuntos.

La comunicación que tiene lugar dentro del grupo es una herramienta fundamental que utilizan los miembros para mostrar sus frustraciones y sus sentimientos de satisfacción.

Proporcionando de esta manera un escape para la expresión emocional de sentimientos y para la satisfacción de necesidades sociales, tanto fuera como dentro de la empresa.

Ya sabiendo cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación podremos definir que es la comunicación organizacional.

De acuerdo a Sánchez Gutiérrez Salvador ¹⁶ la función principal de la comunicación organizacional es desarrollar e implantar estrategias de comunicación que respalden a la organización en la búsqueda de logros, ofreciendo recursos efectivos de coordinación e integración del personal.

Fernández Collado¹⁷ menciona que la comunicación organizacional es una actividad dinámica que mantiene cierto grado de estructura la cual no es estática, sino cambiante que se ajusta de acuerdo al desarrollo de la organización, se compone de una serie de actividades interdependientes que al integrarse logran un conjunto específico de objetivos.

En mi concepto la comunicación organizacional busca, a través del desarrollo de estrategias, planes, manuales y políticas de comunicación, alcanzar los objetivos de la organización, como son la vinculación con sus públicos y la creación de procesos eficientes de trabajo, entre otros.



Las organizaciones forman parte de nuestra vida, así como nosotros les damos vida a ellas.

La comunicación Organizacional se divide en dos grandes rubros: la comunicación interna y la comunicación externa.

¹⁶ Sánchez, Salvador, LA COMUNICACIÓN POSITIVA Y EL ENTORNO ORGANIZACIONAL, Razón y palabra, Numero 4, año 1, Septiembre- noviembre 1996.

¹⁷ Fernández Collado, Carlos, LA COMUNICACIÓN HUMANA EN EL MUNDO CONTEMPORANEO.

a. Comunicación interna.

Como su nombre lo dice ésta dirigida a su público interno, en este caso, los empleados. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las organizaciones de motivar a su equipo de trabajo para lograr los mejores beneficios de tanto de la organización como de su entorno.

Con ella podemos:

- a) Construir una identidad organizacional donde cualquier tipo de relación se lleve a cabo en un clima de confianza y motivación constante.
- b) Profundiza en el conocimiento de la organización como entidad.
- c) Crea una cadena de respaldo entre departamentos.
- d) Hace públicos los logros de la empresa
- e) Permite que cualquier empleado se exprese ante la dirección general sin importar cuál es su posición en la escala jerárquica dentro de la organización.

La comunicación interna se divide en dos tipos:

- 1) Comunicación ascendente: que es aquella que se realiza desde abajo hacia arriba en la jerarquía.
- 2) Comunicación descendente: que es aquella que se realiza desde arriba hacia abajo en la jerarquía.

Algunas herramientas de comunicación descendente son: tableros de anuncios, periódico interno, carta al personal, jornadas de puertas abiertas o reuniones de información. Dentro de la comunicación ascendente podemos encontrar, la entrevista, los programas de sugerencias, secciones especiales en el periódico interno, el correo, buzón de sugerencias, etc.

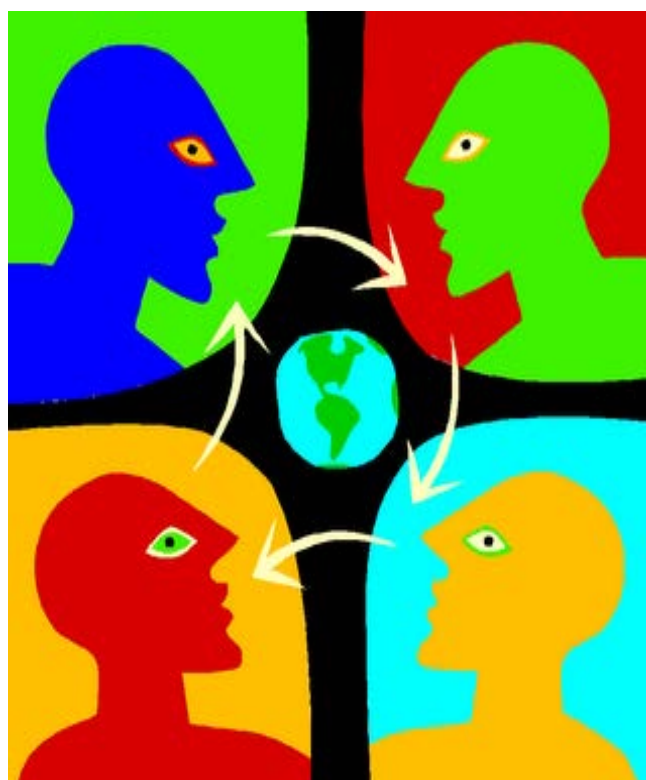
Las herramientas son indefinidas, pero hay que tener mucho cuidado de escoger las correctas dependiendo del público al que vamos dirigidos, así como, el grado de formalidad, ya que de nada sirve implantar herramientas de comunicación interna si esta no cubre las necesidades organizacionales. Si no se lleva a cabo correctamente las herramientas no servirán de nada y lo único que se lograra es la pérdida de tiempo y dinero.

b. Comunicación externa

Por el otro lado la comunicación organizacional externa se refiere a los mensajes que se distribuyen de parte de la empresa hacia su entorno, así como los públicos a los que va dirigida la organización como proveedores, distribuidores o compradores.

Su finalidad es el consumo del producto o servicio que ofrece la organización o en su defecto la creación de una imagen positiva frente al entorno, para ser considerados dentro del sector.

Algunas de las actividades que se pueden realizar para tener una presencia positiva dentro del mercado son la buena relación con los proveedores, sus políticas de puntualidad en los pagos, contactos periódicos, organización de reuniones, comidas, participación en ferias o exposiciones del sector, presentación de productos o servicios y visitas a la empresa entre otros, para mantener informados siempre a nuestros clientes finales de la filosofía, así como de los servicios de la organización y de esa manera poder vendernos mejor.



Entre más comunicación tengamos con nuestro público externo, mejores serán los resultados de nuestro servicio.

En cuanto a nuestros compradores es muy importante mantener un vínculo estrecho que los hagan sentir reconfortados y familiarizados con los servicios de la empresa, aquí podemos buscar el mejor conocimiento de nuestro público a través de quejas, sugerencias de mejora, resolución de problemas de manera efectiva, envío de información destacada a domicilio, edición de revistas corporativas, Organización de actos y actividades: jornadas de puertas abiertas, presentación de nuevos productos y/o servicios, etc., las posibilidades son infinitas.

En cuanto más conozcamos a nuestro público, mejor sabremos satisfacer sus demandas y detectaremos el tipo de trato que hemos de establecer con ellos.

2. IDENTIDAD CORPORATIVA

Para comprender el término de Identidad Corporativa es muy importante entender y diferenciar primordialmente que es la identidad y que es la identificación.

De acuerdo a Jhoan Costa en su Libro la Identidad Corporativa *“La identidad es la suma intrínseca del ser y su forma, auto expresada en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás.*

*La identificación es el acto de reconocer la identidad de un sujeto, esto es, el acto de registrar y memorizar de modo inequívoco aquello que lo hace intrínsecamente diferente a todos los demás y al mismo tiempo idéntico a sí mismo.”*¹⁸

La identidad es la conciencia que tiene una persona de sí misma, sobre lo que quiere, lo que tiene y hacia dónde va, muchos de los rasgos son hereditarios o innatos, pero el entorno ejerce influencia en la conformación de la especificidad de cada sujeto. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás y es muy importante por el hecho de que identificar es vital para el hombre en su orientación y desarrollo frente al medio ambiente.

Así como las personas, las organizaciones también poseen una Identidad. A diferencia de la identidad personal *“La identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir –facilitar el reconocimiento y la recordación- de una empresa u organización de las demás. Su misión es, diferenciar y asociar ciertos signos con determinada organización y significar, es decir transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas; en otras palabras, aumentar la notoriedad de la empresa”.*¹⁹

La identidad corporativa va más allá de la realización de mensajes; diseña programas de manera sistemática apoyándose de diferentes soportes de comunicación (tanto visuales como audiovisuales) donde a través de los signos de identidad consigue un

¹⁸ Costa Jhoan, IDENTIDAD CORPORATIVA, pp. 16.

¹⁹ Ib. Ídem.

efecto de constancia en la memoria de su público aumentando su notoriedad frente a otras organizaciones dentro de una sociedad.

Para comenzar a crear la identidad corporativa de una organización es importante que tomemos en cuenta cuatro premisas fundamentales²⁰ que son:

- 1) **Coherencia.** Debe existir una relación total entre el concepto de la empresa y su filosofía. las conexiones entre los diferentes signos de identidad constituyen en su conjunto el sistema de identificación
- 2) **Exclusividad.** Al igual que las personas no existe una organización igual que la otra. Entre más coherente, original, inequívoca y fuerte sea un sistema de identificación más exclusiva e inconfundible será la identidad propia de la empresa.
- 3) **Perceptibilidad.** Los seres humanos percibimos de tres maneras diferentes los mensajes, de manera sensorial, emotiva y lógica; estas tres formas se entrelazan para crear asociaciones de ideas que desarrollan una imagen en la memoria.
- 4) **Duración.** es el grado de de perdurabilidad o el impacto del sistema de identidad visual al olvido o al desgaste. El sistema de identidad debe ser lo suficientemente fuerte para ser duradero, sin embargo no hay que dejar de lado que progresivamente se tiene que actualizar (sin distorsionarse) para no perderse en la memoria social.

Existen diferentes tipos de factores involucrados en la identidad corporativa, los principales son:

- Nombre de la empresa
- Filosofía (misión, visión y valores)
- Historia
- Cultura

²⁰ Ib ídem, p. 58

- Imagen corporativa (Logotipo, Imagotipo, gama cromática)
- Reputación / Excelencia
- Estrategias

Los puntos fundamentales pueden variar dependiendo de las necesidades y la personalidad de cada organización, no todos son controlables ya que algunos pertenecen a la Cultura que se genera dentro de la misma. Sin embargo hay otros aspectos como la identidad visual que es muy importante no dejar solamente en manos de los diseñadores puesto que la creatividad e imaginación que ellos imprimen en su trabajo debe ir cuidadosamente ligada con la política de la organización, por ello, la alta dirección debe involucrarse de manera directa en esta parte del proceso.

La identidad corporativa será expresada por medio del logotipo, imagotipo y gama cromática en cada uno de los aspectos de la organización.

El Logotipo es la forma específica o grafía de una palabra escrita para designar la organización, una marca o un grupo.

El Imagotipo es el diseño de una imagen icónica que representa de manera exclusiva a la organización, marca o grupo sin necesidad de recurrir al logotipo. El imagotipo es el lenguaje exclusivamente visual de la organización.

La gama cromática es la combinación distintiva de colores con la que se identifica una organización, esta representa una carga funcional y psicológica tanto para el público interno como externo.

Estos tres elementos en conjunto forman un sistema que facilitan la memorización de las cualidades específicas de la organización.



Entre más definida sea la identidad organizacional, más fácil será para su público recordarla

Las manifestaciones visuales de una organización pueden englobar a una amplia variedad de artículos diferentes como lo son: Uniformes, insignias, vestuarios de protección, equipamiento auxiliar, (como banderas por ejemplo), los productos de la empresa, las instalaciones, vehículos, carteles de información, direccional, el material impreso de la empresa (papelería), Stands de exposición, Películas, videos y material audiovisual entre otros.

No todas las organizaciones tienen que tomar en cuenta estos artículos, ellos dependerán de las necesidades de cada organización para generar una influencia positiva y relevante en sus públicos.

Este sistema se debe ver plasmado en un manual que contenga tanto los elementos básicos de identidad: logotipo, imagotipo, y gama cromática así como los elementos secundarios de estructura como: formatos, tipografías, pautas, criterios de combinación, las restricciones y todo lo necesario para la aplicación correcta del sistema.

Un sistema de identidad visual difícilmente funcionará si se toma en cuenta solamente sus elementos básicos, es muy importante contar con una estructura y normatividad claramente explícita, para que cualquier estrategia funcione. Las normas que se dictan en el manual no pueden ser nunca modificadas en ningún sentido.

El contenido de un manual de identidad depende de cada organización, no es lo mismo una entidad financiera que una institución cultural, cada una necesita soluciones distintas. Los factores determinantes de la vigencia del manual dependerán de las estrategias de comunicación que se hayan implantado, la cual definirá la política de comunicación, los soportes y la frecuencia, así como su coordinación y control.

Los manuales no son permanentes, se deben actualizar conforme a las necesidades de la empresa, siempre buscando la mayor eficiencia. Las causas para renovar un manual pueden ser diversas, como una inadecuación de la imagen existente, cambios en el estilo de la dirección, en los objetivos o en las estrategias de comunicación, por crecimiento o expansión de la empresa, relanzamientos, absorciones, fusiones, envejecimiento del sistema actual de identidad, búsqueda de mayor eficiencia, eficacia o rentabilidad, etc., las posibilidades pueden ser infinitas.

Es muy importante cuidar que la identidad sea siempre el soporte y vehículo de los objetivos y la filosofía de la empresa a través de acciones de comunicación.

El uso eficaz del diseño, del cual forman parte los programas de identidad corporativa, pueden sin duda ayudar a que una empresa gane y mantenga una ventaja competitiva.²¹



Un programa de identidad corporativa planificado, aumenta el sentimiento de pertenencia en el personal, lo que logra mayor calidad en el servicio de la organización y reconocimiento de su público externo.

Una organización es una pequeña parte de la sociedad por tanto tiene contacto con clientes, proveedores, accionistas, agentes, clientes potenciales, medios de comunicación, sin olvidar a sus empleados y las familias de éstos. Las personas de estos grupos se crean una idea de la organización a partir de lo que ven de ella; por eso es fundamental poner suma atención en las características de cada área de la organización ya que los pequeños detalles son lo que nos ayudarán a crear un concepto favorable en la mente de sus públicos.

Un programa de identidad corporativa exitoso logra ventajas directas o indirectas que beneficien la posición social o financiera (cual sea el caso) de la organización.

El desarrollo creciente de la tecnología en las comunicaciones obligo a las organizaciones a difundir sus marcas y servicios para no desaparecer dentro de una sociedad basada en la comunicación e información.

²¹ Black, Sam, ABC DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, Gestión 2000, pp. 103.

Este predominio de las comunicaciones audiovisuales y verbales sobre la sociedad nos lleva a que los signos de identidad visual, así como el mismo sistema de identidad, requieran suma atención de los directivos.

Debido a los distintos cambios sociales, las organizaciones tienen que replantear a conciencia las políticas y estrategias con las que van a comunicar su identidad, quienes son y hacia donde van.

La volatilidad de la tecnología en comunicación, ha provocado que las organizaciones se vean obligadas a someterse a un autoanálisis prospectivo para saber cuáles serán sus actuaciones futuras, ya que muchos de los métodos y criterios suelen ser obsoletos rápidamente.

El problema que se enfrenta actualmente una organización es la necesidad de adecuar técnicas, criterios y herramientas a nuevas situaciones que se plantean o se plantearán a futuro. Por ello es indispensable que cualquier organización que pretenda permanecer por un largo tiempo dentro de una sociedad establezca claramente su identidad para poder sobrevivir o en el mejor de los casos sobresalir.

3. RELACIONES PÚBLICAS

A. Breve historia de las Relaciones Públicas.

Para hablar de las relaciones públicas es necesario aclarar que su historia se encuentra dividida en dos partes, los orígenes y sus antecedentes.

ORIGENES

Dentro de los orígenes podemos encontrar que los antiguos gobiernos como Grecia, Sumeria y Egipto entre otros, las consideraban como parte integral del gobierno para persuadir, neutralizar ó cambiar opiniones hostiles, conservar opiniones favorables y en general para moldear la opinión pública a favor de los gobernantes. Los que más desarrollaron ésta técnica fueron los griegos y los romanos. A partir de la caída del imperio Romano la opinión pública dejó de tener importancia.

En el Medievo la iglesia utilizaba las relaciones públicas como el medio para realizar acciones políticas y militares. Un claro ejemplo de esto fueron las cruzadas donde la cristiandad se unió para enfrentar una guerra contra los musulmanes.

ANTECEDENTES

En el periodo de 1865 a 1900 donde el capitalismo acentuaba el individualismo y el espíritu de competencia, Comodoro Vanderbilt en ese entonces, cabeza del ferrocarril central de Nueva York menciona en una entrevista donde le preguntaban sobre sus servicios la frase “que el público se vaya al diablo”, obteniendo como resultado la indignación del mismo y la creación de una imagen negativa que ni con el ofrecimiento de acciones logro recuperar.²²

Las relaciones públicas como una profesión surge de la primera guerra mundial, podemos encontrar a personajes como Ivy Lee, Edward Bernays y Carl Byoir como integrantes del Comité para la información pública, donde se organizaba la publicidad de los objetivos estadounidenses frente a la guerra.

En 1916 Ivy Lee y Parker fundan en Estados Unidos la primera Agencia de Relaciones Públicas en Nueva York con el precepto de “el público debe ser informado”²³

Bernays sobrino de Sigmund Freud, fue el pionero de la teoría sobre relaciones públicas, baso sus ideas en las teorías de Freud con respecto al comportamiento inconsciente e irracional del ser humano; escribió varios libros, entre ellos la *Cristalización de Opinión Pública* (1923), que fue considerado el primer libro donde se mencionaba tal cual el termino de relaciones públicas, *Propaganda* (1928), y la *Ingeniería de Consentimiento* (1947).

Bernays consideraba que las relaciones públicas eran una ciencia aplicada a la sociedad, utilizó disciplinas como la psicología y la sociología para manejar y manipular el pensamiento y el comportamiento de un público irracional y masivo.

Consideraba que la manipulación consiente de las opiniones y hábitos de las masas construiría una sociedad democrática e invencible.

²² Baena, Guillermina, y Montero, Sergio, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, pp 67.

²³ Ib ídem.

El despunte de las relaciones públicas es con la creación del ministerio de propaganda en Francia en el año de 1972 donde diversos líderes se dieron cuenta de la importancia de las relaciones públicas. Durante la revolución Francesa se proclamó el derecho a la libre expresión como uno de los derechos más importantes.

Durante la guerra, Francia utilizó diversas estrategias de relaciones públicas para influir en la opinión pública, desde publicaciones, libros, panfletos periódicos, inclusive peñados, insignias militares hasta trajes. Todos ellos se convirtieron en símbolos de ideas. La influencia de las relaciones públicas llegó tan lejos que formó parte de las estrategias durante la primera y la segunda guerra mundial, entre otros levantamientos sociales a nivel mundial.

Durante la primera mitad del siglo XX las relaciones públicas sólo se utilizaban para conseguir la preferencia de los públicos que circundan a las organizaciones, cuando llegó la revolución industrial, las empresas se convirtieron sólo en el medio de satisfacción y enriquecimiento de los patrones y en el empobrecimiento de los obreros, lo que ocasionó levantamientos sociales que con el tiempo se convirtieron en levantamientos políticos, sindicales y sociales que dieron como resultado la renovación de actitudes y conceptos dentro de las organizaciones. Las empresas comienzan a valorar a la sociedad creando relaciones industriales de manera armónica entre el obrero y el patrón.

Aquí es donde comienza una época de valoración de las necesidades del ser humano frente al trabajo, ya no son considerados como simples instrumentos de producción, sino como personas que sienten, que razonan y que tienen ambiciones, que merecen ser tratados y respetados como seres humanos.

“ En agosto de 1978, en ocasión de la primera asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas, evento en el que participaron 33 asociaciones y confederaciones de relaciones públicas de los principales países de los cinco continentes, se dio el Acuerdo de México, que define lo que a partir de entonces se conoce como las relaciones públicas:

*El ejercicio profesional de las relaciones públicas exige en la actualidad de una acción planeada, con apoyo en la investigación, en la comunicación sistemática y en la participación programada para elevar el nivel de entendimiento, solidaridad y colaboración entre una entidad y los grupos sociales a ella vinculados, en un proceso de integración de intereses legítimos, para promover el desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece*²⁴

El acuerdo establece la profesionalización, los alcances y el quehacer de esta disciplina. Delimita las actividades de fungir como la orientadora y vigilante de la conducta social de las empresas o instituciones.

El acuerdo de México logra que por medio de las relaciones públicas, exista la posibilidad de interrelación humana, ofreciendo a las sociedades la estimulación para la interacción, la concientización de logros y la integración.

Las Relaciones Públicas han sido aceptadas, y reconocidas mundialmente como una actividad importante para la dirección de cualquier organización, ya que por medio de ellas, se puede lograr rentabilidad y éxito.

B. Definición de Relaciones Públicas

Antes que nada es importante mencionar que existen tres tipos de enfoques:

- **El enfoque estadounidense**, que se orienta al cuidado de la imagen de la organización así como a la defensa del sistema, social, político y económico.
- **El enfoque europeo**, es quien destaca el establecimiento de la solidaridad y la confianza entre las organizaciones y los grupos sociales que se constituyen dentro y fuera de ellas.

²⁴ Alonso, Manuel y otros, RELACIONES PÚBLICAS, TEXTO QUE ORIENTA, GUÍA, DEFINE, PRECISA Y EXPLICA ESTA ACTIVIDAD FUNDAMENTAL pp. 20.

- **El enfoque latinoamericano**, se interesa principalmente en la comunidad y en la elaboración de programas específicos para ella dependiendo de su situación histórica y regional.²⁵

Independientemente de los enfoques es importante entender que las relaciones humanas a través de nexos cordiales, vínculos afectivos, colaboración, simpatía y entendimiento entre sus miembros, logran que las organizaciones proyecten una imagen favorable de sí misma.



Las relaciones públicas ayudan a que las organizaciones sean insertadas en las sociedades, de tal manera que la comunidad entienda sus objetivos y metodología con el propósito de formar vínculos satisfactorios para ambas partes.

The International Public Relations Association define que:

"Las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia

²⁵ Baena, Guillermina, y Montero, Sergio, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, pp 67.

y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes".²⁶

De acuerdo a Fernando Lozano Domínguez *"Las relaciones públicas son la filosofía, técnica y arte encaminadas a coordinar valores para convivir y compartir de forma solidaria y armoniosa en el entorno"*²⁷

Cutlip y Center nos dicen que las *"relaciones públicas son el esfuerzo planeado para influir en la opinión por medio de la actuación aceptable y la comunicación recíproca"*²⁸

Baena y Montero las definen como *"los vínculos institucionales y de confianza de una organización con sus diferentes públicos"*²⁹

Analizando cada uno de los conceptos y para términos prácticos de esta tesis, considero a las Relaciones Públicas como un conjunto de estrategias de comunicación orientadas a fortalecer los vínculos con sus distintos públicos, por medio de escucharlos, informarlos y persuadirlos para lograr un acuerdo entre sus intereses y los de la organización.

Su principal misión es influir en la opinión pública a través de modificar, crear, reforzar y corregir una opinión o actitud con el objetivo de identificar los puntos clave de interés social, para crear programas que se equilibren con los intereses fundamentales de la organización en un proceso de vinculación constante.

Sin embargo cumple con diferentes funciones como lo son:

- La investigación de necesidades de comunicación en cada una de las áreas de la organización así, como de sus diferentes públicos,
- El sondeo de las opiniones y actitudes que tienen los diferentes públicos sobre la organización,

²⁶ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/relhumitoiz.htm> consultada el martes 17 de Mayo de 2011.

²⁷ Barquero Cabrero José Daniel y Otros en MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, p. 91.

²⁸ Cutlip, Scott y Center, Allen, RELACIONES PÚBLICAS EFECTIVAS, p. 19.

²⁹ Baena Guillermina, Montero Sergio, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, pp. 66.

- Asesorar a los directivos sobre las tendencias y los cambios socioeconómicos y políticos del entorno de la organización,
- Normar las actividades formales de comunicación que desarrolle la comunicación,
- Confeccionar y establecer programas orientados a integrar a la organización con todos sus públicos,
- Difundir interna y externamente la filosofía de la organización con el objetivo de que sus públicos se identifiquen con ella,
- Proporcionar servicios en materia de comunicación y relaciones públicas a todas las áreas de la organización,
- Evaluar las actividades de comunicación y relaciones públicas que se realicen en la organización,
- Creación de relaciones abiertas con los clientes,
- Manejo de crisis y
- Creación de valor agregado a otro tipo de programas creados en otras áreas como ventas, mercadotecnia, recursos humanos, atención a clientes, etc.

Existen cuatro niveles.³⁰

- 1) La atención, el protocolo y la Cortesía. Relaciones Públicas como organizadoras de eventos: exposiciones, conferencias de prensa, ferias, programas especiales, etc.
- 2) La comunicación y servicios conexos. Es la creación, forma, contenido y tono de los mensajes que se le presenta a los públicos con el objetivo de crear un mayor impacto.
- 3) Responsabilidad ejecutiva. Resolver las crisis y conflictos analizando detenidamente para obtener mayores beneficios y reduciendo los daños.
- 4) Responsabilidad directiva. Se basa en generar identidad y credibilidad institucional para obtener la confianza de los diferentes públicos.

³⁰ Baena, Guillermina, y Montero, Sergio, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, pp 68.

Un programa de relaciones públicas siempre está dirigido a receptores con características definidas, ya que de lo contrario difícilmente se podría promover la participación.

Es necesario que la organización conozca su entorno y ubique en él a los grupos clave cuyo comportamiento incide en el desarrollo de la misma.

Estos grupos reciben el nombre de públicos, ya que tienen intereses comunes y resultan afectados por los actos y la política de la organización o viceversa.

Para que una organización considere a un grupo como su público es necesario que exista una vinculación entre los intereses permanentes de sus miembros y la capacidad de participación e integración en objetivos comunes que termine en el desarrollo solidario de ambas partes.

Para desarrollar cualquier acto de relaciones públicas dentro de una organización se debe detectar, delimitar y clasificar los públicos, ya que a ellos se dirigirán todos los mensajes dentro de las estrategias de comunicación.

La clasificación de los públicos es la siguiente:

Públicos Internos: son los grupos sociales que forman parte de la organización como directivos, accionistas, empleados, secretarías, etc.

Públicos Mixtos: son los que parcialmente forman parte de la organización como proveedores, distribuidores, concesionarios, etc. y los

Públicos Externos: que son todos aquellos grupos sociales que tienen un determinado interés en vincular a sus miembros con la organización sin formar parte de ella, por ejemplo, clientes, usuarios, vecinos de la zona, competidores, organismos financieros, organismos gubernamentales, organismos representativos, instituciones, medios, o simplemente la comunidad en general.

Los Públicos Externos de una organización pueden ser abundantes sin embargo la organización no debe perder la vista sobre aquellos que le interesan.

Las relaciones públicas operan en todas las esferas de la vida de los negocios, tanto en el Gobierno, la industria, los asuntos sociales, políticos, institucionales, hospitales,

organizaciones No Gubernamentales (ONG`S) En asuntos internacionales, en cualquier aspecto de nuestra vida.

Las Relación Públicas como función integral establecen el cúmulo de actividades adecuadas para optimizar los flujos de comunicación entre la organización y sus diferentes públicos con el objetivo de promover el entendimiento entre ambos y su participación en tareas de desarrollo recíproco que finalicen en el desarrollo comunitario.

4. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

En muchas ocasiones se considera que Las Relaciones Públicas y la Comunicación Organizacional realizan las mismas actividades o inclusive que son sinónimos, sin embargo entre cada una de ellas hay diferencias y similitudes que las llevan a una relación de complementariedad.

Las Relaciones Públicas a diferencia de la publicidad y el periodismo no constituyen una rama de la comunicación, el fin de éstas es promover la vinculación y el perfeccionamiento entre la organización, sus públicos y a la comunidad a la que pertenece donde, la comunicación juega un papel ineludible para el logro de éste objetivo.

Para Carlos Bonilla Gutiérrez las Relaciones Públicas representan el “para que” de la

Otras actividades clásicas de la Comunicación que se complementan con las Relaciones Públicas son:

PUBLICIDAD: Fomenta el consumo de un producto o servicio, a través informar al público los beneficios que tiene a comparación de otras marcas.

PROMOCIÓN: Su principal objetivo es movilizar el consumo de un producto que se encontraba estancado.

PROPAGANDA: Utiliza estratégicamente el uso de palabras y símbolos con el objetivo de influir en la ideología y el comportamiento de las personas.

comunicación ³¹ al canalizar el esfuerzo del personal, la participación y la integración a través de la comunicación eficiente, se lograrán los objetivos que lleven a la organización a su desarrollo dentro de una comunidad.

La Comunicación Organizacional es la base fundamental para las Relaciones Públicas, ambas tienen la misión de integrar a la organización con su contexto tanto político, económico y social. Para que las Relaciones públicas cumplan su objetivo de integrar, necesitan como herramienta básica a la comunicación; sin comunicación no hay integración.

Por su parte la Comunicación Organizacional debe buscar no solamente ser un proceso informativo para obtener la eficiencia y el incremento de la productividad de su personal, sino que estos procesos deben ir de la mano de una Política de relaciones públicas para que los lleven a la satisfacción de intereses tanto de la organización como de su comunidad.

Las relaciones públicas y la comunicación organizacional debe de trabajar en conjunto para que se cree un clima de opinión favorable que de cómo resultado la comercialización de los productos de manera eficiente.

Ambas tienen el objetivo en común de crear y mantener una imagen atractiva de la organización por medio de una relación cálida y afectuosa con sus públicos, para lograr este objetivo, utiliza cada una sus propias técnicas y métodos:

La Comunicación Organizacional lo hace a través del manejo planificado y sistematizado de la difusión de información estableciendo canales entre la institución y sus públicos.

Por su lado las relaciones públicas lo hacen a través de los actos y eventos sociales, donde interviene todos y cada uno de los empleados, aunque la responsabilidad recaiga sobre el gerente de ésta área.



El uso eficiente de la comunicación y las relaciones públicas lleva a cumplir más rápidamente los objetivos de la organización.

³¹ <http://www.rppnet.com.ar/rr.pp.htm> consultada el 29 de Agosto del 2011.

Ambos representan un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes entre los miembros de la organización y su medio, o en todo caso, influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos.

En resumen los objetivos que tienen en común las Relaciones Públicas y la Comunicación organizacional son:

- 1) La creación y mantenimiento de una imagen institucional positiva.
- 2) El establecimiento de canales de comunicación entre la institución y sus públicos, y
- 3) El establecimiento de una corriente de simpatía y aprecio, además de un clima de comprensión, apoyo y solidaridad entre la institución y sus públicos.

En síntesis las Relaciones Públicas y la Comunicación están ligadas tan estrechamente que podemos ver que no existe entre ellas una relación de subordinación sino de complementariedad, ya que ambas se encuentran inmersas en la dinámica de la vida social.

Escena 2

*La Danza y El Taller Coreográfico de la
UNAM*

Las artes al igual que la comunicación han sido creadas por el hombre para poder expresar a los demás su sentir, su vivir y su pensar. Ambas provienen de los deseos más profundos de poder ser comprendido y apreciado por el otro, por el deseo de compartir algo que solo los seres humanos tenemos capacidad de dar: el alma a través de una mirada, una caricia, una palabra, un movimiento...

1. ¿QUÉ ES LA DANZA?



La danza es la expresión más pura del cuerpo.

Técnicamente la Danza es una serie de movimientos coordinados que se presentan de manera estética; pero si lo vemos desde una perspectiva más particular podemos encontrar que es el escaparate por el cual el ser humano manifiesta sus sentimientos y comunica cómo es que ve y vive la vida.

Antes de que existiera la palabra articulada, el cuerpo fue la principal herramienta que tuvimos los seres humanos para expresar lo que sentimos. Es por ello que a través del tiempo hemos encontrado en la danza una forma de lenguaje que rompe con cualquier frontera, ya que los movimientos son universales y las únicas limitaciones que tenemos son las que hay en el ser humano tanto física como espiritualmente.

De esta manera la Danza se convierte en una expansión de nuestro sentir; por medio de ella podemos comunicar a los demás los diversos estados de nuestra alma a través de movimientos rítmicos; es una historia que se va entretejiendo sin utilizar las palabras, haciendo cómplices a la música, los colores y las formas, pero principalmente al espectador.

De acuerdo a Alberto Dallal la danza es un *“enjambre de formas en movimiento que de tan orgánicas dejan de pertenecer a la naturaleza y se hacen, se descubren eso, nada más, casi nada, danza: un arte, cultura, expresión, un estilo de vida que se hace admirar al mismo tiempo por la luz sorprendida de la atmosfera y por los parpados abiertos de los espectadores.”*³²

³² Dallal Alberto, EL AURA DEL CUERPO, pp. 11.

“La Danza transmite emociones, impugna, remueve, tranquiliza, la coreografía puede ser juego intelectual, placer estético, medio para encontrar el alma, reprobación amarga...”³³ puede ser lo que queramos, el límite está en nosotros.

El ritmo junto con el cuerpo son los elementos principales de la danza que frente al espectador crean la sensación de armonía dando un sentido diferente a la vida.

“El arte de la danza consiste en mover el cuerpo guardando una relación consiente con el espacio e impregnado de significación el acto o acción que los movimientos desatan”³⁴

Con el paso del tiempo dejó de ser un simple arrebatado del ser humano para convertirse en un arte muy completo, se comienza a estructurar el concepto y se transforma en una pieza simbólica que surge de la necesidad de comunicar y transmitir, donde el ser humano es el principal punto de atención y el material a trabajar.

Los elementos de la danza de acuerdo con Alberto Dallal³⁵ son:

- El cuerpo humano
- El espacio
- El movimiento
- El sentido de significación
- El tiempo
- La relación luz- oscuridad
- La forma o apariencia y
- El espectador-participante

Los ocho elementos forman un todo, uno sin el otro no puede existir, juntos logran la magia de la danza.

³³ Contreras Gloria en *TALLER COREOGRÁFICO DE LA UNAM*, pp.24.

³⁴ Dallal Alberto, *COMO ACERCARSE A LA DANZA*, pp. 11.

³⁵ *Ib idem.*

2. GENEROS DE DANZA

La danza, igual que los sentimientos de los seres humanos, es diversa y cada una de ellas tiene un significado, “todo depende del cristal con que se mire”. Existen diversos géneros dancísticos que cubren las necesidades culturales de cada persona, podemos dividirlo en dos grandes rubros: 1) Las Danzas de Concierto que han sido reconocidas mundialmente por su técnica como lo son la Danza Clásica, La Danza Moderna y la Danza Contemporánea y 2) Las Danzas Regionales como las Autóctonas, populares y Folklóricas.

A. Danzas de Concierto

- a. La Danza Clásica. surge en el siglo XVIII y su propósito original era divertir a la nobleza de tal manera que sólo una pequeña elite pudiera ser partícipe, pero con el paso de los años fue enriqueciendo sus técnicas de tal forma que fue aceptada en todo el mundo como la representante de la danza en las Bellas Artes.



EL ballet es el estilo de danza más reconocido en el mundo.

- b. La Danza Moderna. Rompe con toda la formalidad de la Danza Clásica, esta danza es más libre, sus movimientos son más ligeros y rompe completamente la pose y estructura rígida que había sido creada para los burgueses del siglo XVIII. Es una danza más expresiva.

c. La Danza Contemporánea. Busca apoyarse en otros aspectos artísticos como la música, el teatro, la poesía, y por ello es considerada una danza experimental, donde busca crear nuevos espacios, la improvisación musical es esencial para poder crear una su propio lenguaje y técnica.



Martha Graham, representante más destacada de la Danza Contemporánea

d. Jazz. Surge en el siglo XX a partir la fusión del ballet de la danza contemporánea y la expresión corporal. Busca expresar el pensar y sentir de un momento específico del individuo o de la sociedad dejando de lado los rituales y ceremonias.

B. Danzas Regionales

a. Autóctonas. Se practican en localidades específicas del mundo, uno de sus objetivos ha sido conservar desde su creación sus elementos originales, desde la coreografía, la vestimenta, el maquillaje, hasta la música. En general este tipo de danzas son de ritual y religiosas.



Danza del venado.

b. Populares. Buscan expresar con el movimiento corporal lo que está viviendo y como está viviendo la época actual, la salsa, el chachachá, el a gogo, tango, rock and roll, cumbia, merengue, mambo por mencionar algunas son representantes de éste tipo de danza.

c. Folklóricas son las que expresan toda la cultura de una región, sus costumbres, su religión, su forma de organización, prácticamente una forma de vida, este tipo de danza incluyen a las Danzas Urbanas, que son aquellas que surgen debajo de las grandes ciudades y nos muestran los impulsos colectivos del lugar donde viven.



| *Danza Regional mexicana*

De acuerdo a Alberto Dallal³⁶: Tanto en el caso de las Danzas Populares como en las Danzas de Concierto es posible establecer un lenguaje dancístico que combina cuatro factores primordiales:

- 1.- Una técnica (conjunto de procedimientos)
- 2.-Una actitud estética (desarrollo del arte)
- 3.-Un conjunto de temas idóneos y
- 4.- Una visión del mundo (historia y realidad)

Si nos fijamos detenidamente en cada una de las definiciones de los géneros dancísticos podemos encontrar que todas surgen por una necesidad social, siempre en diferentes épocas, pero con el mismo objetivo: expresar lo que estas sociedades sentían, vivían y creían.

La vinculación entre la danza y los seres humanos existirá permanentemente, no importa la posición social, la edad, la religión o la forma de ver la vida, siempre habrá una danza para cada persona.

Los seres humanos creamos el arte para ser observados y la danza no es la excepción; ella busca incasablemente ser vista y admirada, incluso algunas veces criticada para poder consumir su proceso

³⁶ Ib. Idem, pp 90.



| Danza Contemporánea

“La danza convierte al espectador en participante, tal es su más notable atractivo que <desata>, intensifica <fibras> o conductos internos orgánicos que impresiona al espectador y acaban por atraerlo hacia la realización del acto”³⁷

A lo largo de los siglos las funciones sociales que ha cumplido la danza han sido diversas, ha sido parte de conjuros mágicos para atraer la lluvia, la fertilidad, el amor...etc., pero también ha sido parte del ámbito religioso, ceremonial, y el artístico.

La Danza como toda actividad humana ha ido adaptándose a las épocas, a los usos y costumbres de cada región, formando parte esencial del progreso de las culturas.

Evoluciona y se reinventa de acuerdo a las necesidades de exteriorización de los sentimientos de una sociedad, convirtiendo al movimiento del cuerpo en uno de los elementos más importantes que el ser humano tiene para expresarse.

A lo largo de los años se ha crecido junto con las sociedades a tal grado que se ha convertido en el principal lenguaje del ser humano, no necesita de un idioma, una pluma o papel, solo necesita de su cuerpo para poder expresar lo que piensa, y siente.

³⁷ Ib idem pp. 47.

3. DANZA Y COMUNICACIÓN

"El movimiento es el más poderoso y el más peligroso medio conocido del arte"

Martha Graham

El cuerpo a través de la historia ha sido un moderador de Formas: acciones que van desde la inmovilidad completa, pasan por un esplendor y se prolongan hasta el instante de una nueva movilidad más lenta que ya transcurrida llega a su culminación, estas formas van cambiando al transcurrir de los años de tal manera que se convierten en la herramienta del bailarín para poder interpretar una infinidad de formas existentes logrando que el espectador se asombre por lo que el cuerpo humano puede hacer en el espacio.

Cada parte de nuestro cuerpo tiene la capacidad de expresar lo que sentimos o pensamos, los movimientos corporales son resultado de experiencias que adquirimos día a día, que al irse formando y transformando van construyendo la expresión característica del ser humano. Consciente o inconscientemente nos demuestra de donde provenimos, la cultura que tenemos, y la manera en que nos comportamos ante otras personas.

La danza adquiere la función de lenguaje en el momento en que busca formar un vocabulario por medio de movimientos que, organizados en una unidad de forma-contenido, permite transmitir ideas, emociones y sensaciones subjetivas de un ser humano.

Está ligada con la cotidianidad, a lo que sentimos a lo que vivimos, a lo que soñamos y a lo que queremos lograr con nuestro cuerpo; nos representa un momento en la historia.

Busca imitar los fenómenos, acciones, actividades y funciones de la vida en casa, del trabajo en la sociedad, hay escenas de cazadores, de guerreros, de exploradores, de obreros, carpinteros, choferes, amantes, animales, de una infinidad de situaciones, que reflejan una realidad o una fantasía.

Por medio de la danza el ser humano puede externar todo lo que guarda en su imaginario, sus ideas, conceptos, e historias; todos aquellos sucesos que se viven dentro de una sociedad.

Comunicarse a través de la danza y el baile constituye el medio de expresión humana que ha traspasado cualquier tipo de obstáculo, evolucionando con variados ritmos, formas y gestos.

Por medio de la copia de los movimientos y un proceso de síntesis, la danza alcanza un grado de simbolismo. La capacidad simbólica que tiene el cuerpo humano nos lleva a un proceso imitativo que busca crear en el espectador la asimilación visual de un mensaje simbólico de manera efectiva e instantánea.



| *La danza le da la capacidad al cuerpo para expresar lo que siente en su interior.*

La danza, el baile y la música son el medio para que cualquier comunidad pueda expresar al mundo sus emociones, deseos y rechazo a la sociedad, sin la necesidad de tener un nivel elevado de educación o culturización.

Anteriormente “Las comunidades podían, mediante la danza, no sólo saber cómo ha sido su pasado si no sumergirse en él. La danza era, gracias a su capacidad de abstracción narración y rito”³⁸

En la danza, el artista se expresa a través del movimiento acompañado por la música, crea una vinculación con su público para así despertar emociones, sensaciones o pensamientos sobre cualquier suceso social. El cuerpo como su principal elemento le da el beneficio de comunicarse con un idioma que todo ser humano en la tierra puede entender.

Va más allá de movimientos tratando de contar una historia, es la creación de toda una atmosfera de especial atracción que envuelve al espectador en un dialogo para poder influir en su pensamiento, enriquecer su conocimiento y llenar su alma.

Hoy en día existen sociedades que son excesivamente celosas de sus tradiciones en las cuales la danza no es un arte para complacer, la danza es un rito, donde los integrantes utilizan el cuerpo como invocación de dioses, seres sobre naturales o de elementos de la naturaleza, que coadyuvan a que los sucesos importantes de la comunidad lleguen a un término feliz

Por otro lado no hay que olvidar que la danza por sus propiedades y por sus extensas posibilidades de expresión le da al ser humano una herramienta para la exploración de nuevos conocimientos, de crecimiento personal y comunicación social.

La danza, el baile y la música son un medio importante para lograr la comunicación entre comunidades, las cuales pese a sus ideas, creencias, costumbres y necesidades, encuentra en este tipo de manifestaciones el vehículo más oportuno para expresar sus emociones, sus deseos y sus rechazos hacia la sociedad.

³⁸ Dallal Alberto, EL AURA DEL CUERPO, pp. 16.

4. LA DANZA EN MÉXICO

“La cultura a grandes rasgos, es la expresión más directa y fiel de la evolución de un pueblo. Al mismo tiempo que lo identifica, expresa los elementos que une a su naturaleza con su trayectoria histórica”³⁹

La danza ha sido parte fundamental de la historia de nuestro país, nos ha contado desde su perspectiva, los avances o retrasos que como sociedad hemos tenido, nos ha criticado y nos ha elogiado. Ha sido parte de nuestros rituales y nuestras expresiones. En pocas palabras ha sido parte de nuestra vida diaria.

En la historia de México desde sus inicios fue vista como el modo para acercarnos a las deidades, con un sentido altamente mítico, ritual, religioso, cósmico que trasciende al ser humano. Los españoles al darse cuenta de la importancia de la danza para los indígenas, la utilizaron como medio para llegar a ellos e inculcarles una nueva religión, logrando de esa manera consumir la conquista.

A. Danza Prehispánica

Alrededor del mundo la danza ha sido parte fundamental del desarrollo de la cultura humana y naturalmente en México se manifiesta desde las culturas más antiguas.

La danza prehispánica era uno de los aspectos más enérgicos y populares de las culturas indígenas y a juzgar por las opiniones de los cronistas de la colonia como Sagún, Mendieta, Duran, Motolina, Torquemada y Landa⁴⁰, estaba muy lejos de ser el simple huaracheo rítmico y monótono que se cree. Constantemente son comparadas con las danzas preclásicas europeas, y se les elogia incesablemente por su destreza, gracia y agilidad.

Motolinia en sus memoriales (cap. 27) menciona que había dos palabras utilizadas para la danza: *macehualiztli* de *macehua* que significaba bailar como penitencia y *netoliztli* de *netolli* voto o promesa, aunque ésta última palabra era utilizada como baile de regocijo, este concepto era utilizado por la gente del pueblo para festejar sus propias fiestas como el casamiento, *netolli* es convertida por los españoles para

³⁹ Dallal, Alberto, LA DANZA EN EL SIGLO XX, pp. 18.

⁴⁰ Covarrubias Miguel en , LA DANZA EN MÉXICO, pp.7.

referirse al “mitote” palabra que se ha sumado a nuestro idioma como sinónimo de bullicio.

Macehualiztli se refería a una danza ritual, donde a las personas se les asignaba el baile por obra meritoria. En éstas fiestas y bailes no sólo llamaban, honraban y alababan a sus dioses con cantares, también lo hacían con el corazón y con los sentidos del cuerpo, con el meneo de la cabeza, los brazos y los pies; trataban de llamar y servir a los dioses, por lo cual, eran muy precisos con cada movimiento que realizaban.

La organización del aprendizaje de la danza y la música era fundamental para el mecanismo del estado, existían colegios especializados en centros importantes como Tenochtitlán, Texcoco y Tlacopan. Estos colegios tenían horarios fijos donde los jóvenes bailarines acudían con gran puntualidad, eran guiados por ancianos de su mismo sexo, que los recogían en sus casas para llevarlos a la escuela, cuya principal misión es vigilar su buen comportamiento en cualquier momento.



Danza prehispánica en México

“Los alumnos esperaban en cuartos separados para hombres y mujeres, a la hora de la clase, los músicos empezaban a tocar en el patio, lo que servía como señal para que los muchachos salieran y escogieran pareja entre sus conocidas. Los maestros enseñaban los pasos con mucho esmero, manteniendo un orden y una disciplina

*asombrosa, el alumno que se atrasaba para aprender algún paso difícil era retenido hasta que el maestro quedaba satisfecho, frecuentemente hasta muy avanzada la noche*⁴¹

La música que acompañaba las danzas era más compleja que la apariencia de sus instrumentos, se basaban en el hábil manejo de conjuntos orales; había cantares de guerra, amor, pero principalmente servían como alabanza a los dioses.

La danza se convertía en un sentir profundamente religioso y mágico que, cualquier error que afectara el propósito, era un verdadero atentado contra el estado, a tal grado que cualquier error cometido por aquellos que participaban de la ofrenda lo llevaría a morir.

Las danzas de corte religioso se celebraban cada veinte días, se preparaban celosamente y con antelación los espectaculares vestidos de los sacerdotes, las enormes cantidades de los alimentos que consumían los bailarines, músicos y cantantes, que dependiendo de la deidad sumaban entre mil y cinco mil participantes.⁴²

En las danzas nacionales participaban, desde el emperador, los sacerdotes, la nobleza y el pueblo. Dependiendo de las clases sociales y las edades se formaban círculos concéntricos alrededor de los músicos y cantantes; los viejos y los nobles se ubicaban en los círculos interiores, los jóvenes y el pueblo en los exteriores, los círculos se movían a distintos tiempos y direcciones, los más angostos con pasos lentos y medidos, los exteriores más rápidos y movidos y los últimos bailaban con ritmos vertiginosos. Se bailaba solo o en parejas, tomados de la mano, o abrazados, con pasos hacia delante, hacia atrás, con vueltas, cambiando de ritmo o de paso según las indicaciones de los tambores o de los cantantes. Algunas fiestas sólo se bailaban cada cierto tiempo como la fiesta de *Atamalqualiztli*, cada ocho años, cuando se suponía que bajaban los dioses a bailar con los humanos.

En estas grandes fiestas es donde aparece el aspecto más sádico y aterrador del ceremonial mexica, casi todas las danzas culminaban en el sacrificio de seres humanos, que se sometían voluntariamente o eran escogidos para personificar a la deidad a la que estaba dedicada la fiesta. El gran final radicaba en arrancarle el corazón,

⁴¹ Covarrubias Miguel en , LA DANZA EN MÉXICO, pp. 10.

⁴² Ib. ídem, pp. 15.

cortarle la cabeza y bailar con ella en la mano. La más conocida de estas fiestas era la de *Toxacatl*, en el quinto mes, se preparaba durante un año al joven escogido para representar al Dios Tezcatlipoca señor del cielo, la tierra, el poder, la felicidad, dador de vida, dueño de batallas y dios omnipresente. Se le daba la más completa enseñanza de la danza y la música, se le atendía como si fuera el dios mismo y podía hacer lo que le satisficiera; el día de la fiesta todo el pueblo se vestía con sus más lujosas vestimentas y las jóvenes se adornaban con flores blancas. Todo el pueblo bailaba al compás de los movimientos del representante divino. De esta manera pasaba el día entero bailando, cantando y tocando la flauta hasta el momento en el que lo iban a sacrificar.

Cada elemento de la danza comunicaba la posición social, y las creencias de cada participante así como de su localidad, no todos podían realizar las mismas danzas, ya que no todos provenían del mismo lugar, ni alababan a los mismos dioses, y mucho menos compartían la misma jerarquía social.

B. Danza en La Colonia

a. Siglo XVI, Siglo de la conquista.

El siglo XVI fue un siglo de transición entre dos mundos. En él se comenzó a mezclar los elementos culturales de indios, negros y españoles, dando como resultado después de tres siglos las formas populares de música y danza que conocemos hasta nuestros días.

En esta época viendo los colonizadores la importancia de la danza como ritual, decidieron ponerla al servicio de la cristianización, adaptándola de acuerdo a las necesidades de la nueva religión, pero conservando el antiguo simbolismo.



Representación de la Danza de conquista del siglo XVI

Aunado a las danzas usadas por la iglesia en la evangelización, también llegaron a la Nueva España Danzas populares que se practicaban en Europa. Muchos factores contribuyeron a la formación actual de lo que conocemos como danzas folklóricas mexicanas, internamente podemos encontrar la cultura de españoles, indios, negros, mestizos y criollos, y externamente recibieron influencia europea, y de la Habana a través de Veracruz principalmente, y otros puertos que tenían conexión con otras colonias americanas.

En la Nueva España durante el colonialismo, se construyeron de manera apresurada iglesias católicas en lugares donde se encontraban los centros ceremoniales más importantes, y se sustituyeron a los dioses por santos con características similares. De esta manera no se cambió el lugar de adoración ni la fecha de la ceremonia y los indios siguieron ejecutando sus danzas donde lo habían hecho antes.

Las principales festividades religiosas en la época colonial tenían lugar durante La Pascua, el Corpus Cristi, la Epifanía, la navidad y el día de San Hipólito. Aunque también se festejaban los pueblos, aquí se hacían procesiones, danzas y grandes espectáculos dramáticos en lenguas nativas, los participantes eran todos hombres, en su mayoría indios.

Los temas que se trataban en estas representaciones eran el pecado original y la expulsión del paraíso, la vida de Cristo, el juicio final, milagros, vidas de mártires y santos en su mayoría. Con el paso del tiempo se mezclaron el contexto popular y el contexto religioso produciendo pastorelas.

Otras danzas que se realizaron en este siglo es la danza de los moros y los cristianos que también llegaron con los conquistadores, estas danzas datan desde la época renacentista en Europa, las cuales posteriormente dieron origen a el ballet de corte.

Las danzas de los moros representaban el reconocimiento de la superioridad del imperio español sobre los indios y de la religión que sostenían. La danza fue un factor muy importante para la evangelización de los indios ya que para ellos había sido su principal oración.

Entre las danzas populares que llegaron desde España se destacan el Zapateado de origen gitano, el fandango y seguidillas de Andalucía, a partir de ellas se empezaron a formar danzas como los huapangos, Fandangos, Jaranas y Jarabes.

La influencia de los negros sobre la música y la danza popular de la época colonial fue muy marcada y pronto se empezaron a producir bailes, y coplas que provocaron en los siguientes siglos indignación, censura y prohibición.

b. Danza del Siglo XVII y XVIII, Apogeo de la Colonia

Una vez cimentada la Nueva España se convirtió en la colonia más próspera del imperio español, con el tiempo se fue estableciendo la corte virreinal junto con sus aristocracia logrando alcanzar grandes riquezas y destacándose por sus lujosas fiestas; en ellas se intentó imitar los modos y costumbres de Europa.

En el siglo XVII Europa recibió la influencia del siglo de oro español y de la misma forma, La nueva España difundió Música y danza de sus colonias.

Dos danzas americanas nacidas entre los negros de la Nueva España y del Caribe, fueron muy difundidas y censuradas, La Chacona y la Zarabanda, ambas de origen popular, alegres y sensuales que después de escandalizar a Europa y América se convirtieron a ser importantes danzas cortesanas.



| *La Zarabanda*

En el siglo XVIII Francia fue la dictadora de la moda en bailes de salón y minuet, y aunque estas pasaron de Francia a España y de España a sus colonias en La Nueva España, también se desarrollaron una serie de bailes de salón como la jota, el fandango, tarantela y el paloteo entre otras.

Las danzas populares siguieron tomando parte importante en las festividades religiosas, aunado a esto la masa popular se divertía con fiestas y danzas que eran prohibidas por el Santo Oficio y aunque para este siglo la censura de las danzas populares disminuyó, se ocuparon en condenar bailes negros y mestizos como los jarabes, los sones, los gatos, que son los precursores de los tangos, rumbas y danzones.

A partir de mediados del siglo XVIII se crearon coplas, bailes y ceremonias en las que el pueblo se burlaba de la religión así como de sus ministros, y aunque causaron gran escándalo fueron sobreviviendo disfrazadas o reinventadas con nombres diferentes.

En el siglo XVIII apareció el nombre de “Son” para designar a jarabes, Jaranas, Huapangos y otras variantes mestizas” y aunque seguían siendo censuradas la aristocracia ya comenzaba a incluirlas en sus fiestas, al tal grado que a finales del siglo la música de los relojes europeos fue cambiado por sonetos populares.

El jarabe fue el blanco favorito de los ataques de la iglesia y la mojigatería, ante cuyos ojos aparecía como el centro de la más desenfadada sensualidad. Durante la guerra de Independencia, el Jarabe adquirió connotación revolucionaria y fue adoptada por los insurgentes, extendiéndose a todo el país.

c. Danza en el siglo XIX, Siglo de Independencia

Durante varios siglos el país había atravesado por cambios completamente drásticos donde la danza siempre estuvo presente. Entre los mayas y los aztecas por ejemplo su organización y su utilización era realmente admirable, había danzas populares, danzas que se enseñaban en academias, por profesores especializados utilizadas para los cánones tradicionales, en la vida civil, en la militar y en la religiosa.

Con la conquista española se importaron viejas danzas europeas y asiáticas por lo cual se llegaron a delimitar dos tipos de danza: la danza indígena, sencilla pero profunda y la danza extranjera, una danza destinada al espectáculo.

De esta manera en el siglo XIX el desenvolvimiento del teatro español logro que las danzas populares se trasladaran a espectáculos de óperas y zarzuelas entre otros, hay indicios de que a partir del 1753 comenzó a bailarse en los intermedios, hasta el grado en que el propio Virrey D. Matías de Gálvez en 1786 bailó una parte importante de la representación. Siguiendo así hasta principios del siglo XIX.

Aunque no hay muchos datos sobre la danza en este siglo, durante la rebelión encabezada por Miguel Hidalgo, el Virrey D. Francisco Javier Venegas, decidió que los espectáculos tenían que ser suspendidos considerando que el dinero para la diversión podría ser utilizado para alimentar y vestir soldados.

Pero la búsqueda de Independencia trajo consigo pobreza y por ende el ámbito del espectáculo llego a un estado deplorable, y fue hasta 1825 que el Coliseo retomo sus paredes para dar la bienvenida a una nueva generación de bailarines en México.

De 1857 a 1880 la clase media y baja bailaba en salones públicos, que se anunciaban por medio de tiras pegadas en las calles con datos y referencia precisas.

A partir de 1863 los bailes dejaron de ser lo que conocían para convertirse en bailes “decentes” donde sólo podían asistir accionistas que pudieran comprar el boleto para una rifa de objetos para caballeros como sillas vaqueras o botonaduras de plata, y para mujeres como costureros con alfileres de concha o almohadilla de madera de rosa y relojes de sala.

C. Porfiriato

Durante la presidencia de Porfirio Díaz (1876-1911) se trabajó para lograr una estabilidad social, política y económica. Apostó por las artes, creando espacios para los artistas de esa época.

Durante este periodo surge en nuestro país las Danzas Teatrales donde, se comienza a transportar los bailables de raíz popular al escenario, basándose en los cambios sociales e históricos que suceden en el país. Con el tiempo se convierte en bailes de salón que se popularizaron y todas las clases sociales lo practicaban.

Los bailes de salón están compuestos por piezas y danzas importadas, urbanas, callejeras, carnavales y danzas populares, eran bailados por los criollos españoles así como, la gente de clase media y clase baja.

A partir de 1900 se desarrolla en la sociedad un interés en el espectáculo de la Danza Profesional Clásica, ya se acepta la noción de “adiestramiento técnico” donde el concepto de bailarín, coreógrafo y maestro se conjugan en uno solo para crear el arte de la Danza. Por otro lado se extiende la popularidad de la Danza Regional en las escuelas Primarias.

Durante el final del Porfiriato se acentúa el apego por las técnicas clásicas dancísticas, las compañías, y las bailarinas europeas. México comienza a tener visitas como Ana Pavlova y Alexander Volinine quienes incorporaron a su repertorio el jarabe tapatío que les enseñó a bailar en puntas Eva Pérez. Utilizan la técnica Clásica con el objetivo de cubrir la necesidad de innovación que tenía la sociedad, mezclando de esta manera dos culturas.

La sociedad comienza a exigir mayor calidad en las coreografías, mayor limpieza en la técnica y mayor creatividad en las piezas. La exigencia de innovación crea la danza abstracta dejando de lado la danza expresiva.



Ana Pavlova durante su visita a México en 1919

“Las actuaciones de Pavlova gracias al dominio de un <lenguaje> iban más allá de la técnica y la moda. Removía las fibras orgánicas, humanas y hasta biológicas de sus espectadores (...) Anna Pavlova se convierte no solo en un cuerpo femenino si no en una geografía de sensaciones, sentimientos, procesos y mecanismos”⁴³

Al final del Régimen Porfirista las políticas sociales y económicas llevaron a confrontaciones sociales agudas, donde la desigualdad entre clases era la principal característica, por éste motivo se inicia la revolución en manos de Francisco I. Madero con el objetivo de luchar para derrotar al sistema que regia al país, convirtiéndose años después en una lucha civil, que entre otras cosas limitó el desarrollo de la danza hasta la década de 1920.

⁴³ Dallal Alberto, LA DANZA EN MÉXICO EN EL SIGLO XX, pp.42.

D. Siglo XX

En 1920, se crea un híbrido entre el fervor revolucionario, los bailes populares y la reforma educativa promovida por José Vasconcelos. *“Los primeros gobiernos posrevolucionarios reconocieron la importancia del arte para asegurar la unidad nacional. Se alimentó, pues, el impulso de autoafirmación que vivía el país. Con esta visión se creó la Secretaría de Educación Pública y Bellas Artes.”*⁴⁴

José Vasconcelos al ser titular de la Secretaría de Educación Pública, se puso a la cabeza de diferentes misiones como lo fue la alfabetización, la creación de escuelas, las misiones culturales y la promoción de la danza folklórica.

La danza fue floreciendo a tal grado que durante 1932 se inaugura la primera escuela oficial de danza en México que depende del departamento de Bellas Artes de la Secretaría de Educación Pública.

“Los programas buscaban plasmar <la expresión> nacional sin prescindir de las exigencias de la técnica y consideraban el inicio de nuevas formas de docencia distintas de las existentes en las academias <clásicas>. Buscaban una vinculación productiva de la danza con la cultura nacional.

*La nueva institución se sustenta en una idea general acertada: **La danza mexicana debe y puede surgir a partir de las raíces nacionales, tal y como la revolución mexicana ha podido desarrollar vetas originales en las demás manifestaciones artísticas**”*⁴⁵

⁴⁴ http://www.arts-history.mx/sitios/index.php?id_sitio=372827 Consultado el 20 de Octubre del 2010.

⁴⁵ Ib ídem pp. 56.



| *Danza Regional mexicana*

Durante la década de los 30's Nellie y Gloria Campobello se preocupan por preparar técnicas dancísticas propias de los mexicanos. Dora Duby además de enseñar la técnica Clásica en la Escuela Nacional de Danza, incluye la enseñanza de la danza moderna, género que en Estados Unidos estaba en apogeo.

Durante esta época la danza es aceptada y practicada por toda la nación, los géneros que más se practicaban eran la danza popular urbana, la danza autóctona, la danza folklórica regional; se desarrollan ampliamente ciertos tipos de danza teatral como el cabaret o la danza de revista, y la única considerada de nivel culto es la danza clásica.

El cine nacional no desaprovechó la presencia de los talentos que más tarde fortalecerían a la joven danza moderna.

En 1934 llega a México Waldeen una bailarina y coreógrafa estadounidense que se convierte en el pilar de la danza moderna en nuestro país. Su visita a México entre otras cosas le dio la inspiración para poder crear una expresión propia.

Durante este año hay tres fenómenos que marcan la danza mexicana 1) la inauguración del palacio de Bellas Artes; 2) La primera presentación organizada de los integrantes de la Escuela Nacional de Danza y 3) la visita al país de grandes estrellas de la danza mundial en todos sus géneros y modalidades.

En 1939 después de haber abandonado el país por diversas circunstancias, es invitada por el departamento de Bellas Artes de la SEP para formar una Compañía de danza moderna con esencia mexicana. Waldeen destaca con su danza los temas de la revolución, la lucha de los campesinos, así como la realidad política y social de México. Sus obras fueron un éxito, ya que cada elemento que presentaba, desde la escenografía, el vestuario y la música tenían esencia mexicana.

Durante la década de los 40's la danza evoluciona y comienza a formar un grupo no solo de bailarines sino también de pintores, diseñadores, escenógrafos , escritores, poetas, compositores, actores y técnicos entre otros que a lo largo del tiempo conformaron los pilares del arte del espectáculo en México.

La danza de Waldeen era arte para el Pueblo, arte con mensaje social y revolucionario, lirico y accesible a todo tipo de espacios. En 1945 creó un ballet llamado *Siembra* financiado por Jaime Torres Bodet, en ese entonces secretario de Educación Pública, con el objetivo de apoyar una campaña de alfabetización.

La presencia de Waldeen en México mostraba las diferentes facetas de la danza moderna y la flexibilidad de este nuevo género para exponer la enorme gama de imágenes y temas que sensibilizaban a los públicos internacionales.

Durante las Décadas de los 40's a los 80's en México comienza a generarse el boom de la Danza, el presidente Lázaro Cárdenas agudiza el interés por las danzas Nacionales y comienza a crearse espacios para mostrarla.

Se fundan diversas escuelas y ballet's entre los que podemos encontrar el ballet de la Ciudad de México de Guillermina Bravo, La Academia de danza mexicana, la Escuela Nacional de Danza, Gloria Campobello funda el ballet de la ciudad de México creando vínculos con maestros, bailarines y coreógrafos internacionales,

A partir de 1950 los artistas mexicanos comienzan a ser reconocidos :José Limón es considerado como el primer bailarín de Danza Moderna en el Mundo, Guillermina Bravo recibe el Premio Nacional de Arte por la autenticidad, la independencia, el criterio, la perseverancia y el poder creativo.

Carlos Chávez director general del Instituto Nacional de Bellas Artes nombra a Miguel Covarrubias jefe del departamento de danza del Instituto, quien a su vez designó al pintor Santos Balmori como director de la Academia de la Danza Mexicana.

Covarrubias y Balmori notaron la necesidad de fortalecer el trabajo técnico y creativo de los bailarines y de esta manera contrataron a Xavier Francis y a José Limón, quienes fueron los encargados de impartir cursos de coreografía y teoría de la danza.

Miguel Covarrubias llevó a la Academia músicos, escenógrafos y literatos, que enriquecieron el panorama creativo mientras que Xavier Francis se encargó de la formación dancística.

“En 1953, Guillermo Arriaga estrenó su Zapata, con música de José Pablo Moncayo y escenografía de Miguel Covarrubias. Zapata le valió muchos reconocimientos a Arriaga. El crítico Raúl Flores Guerrero sostuvo que era la primera realización plena de la danza moderna mexicana, y la más auténtica expresión viril.”⁴⁶



Zapata, Guillermo Arriaga, 1953

Durante 1957 el Ballet Nacional y El Ballet Contemporáneo realizaron una gira por la unión soviética, Europa y China, de la cual se tomaron técnicas de cada país que mezclada con la técnica mexicana le dio un giro conceptual a la manera de hacer danza en México.

⁴⁶ http://www.arts-history.mx/sitios/index.php?id_sitio=372827 Consultada el 20 de octubre del 2010

En la década de los 60's la danza clásica lucha por mostrarse vigente mezclando la técnica con los aconteceres sociales del país; en ésta misma línea en 1966 Raúl Flores Canelo funda el ballet independiente de México buscando por medio de la Danza reflejar la problemática que en esta época acontecía.

A partir de 1969 inicia la danza contemporánea en México y es hasta 1991 nace el Centro Nacional de la Danza Contemporánea en Querétaro.

En la década de 1970 surgen grandes grupos independientes, obras, coreografías, bailarines en todos los géneros con grandes propuestas artísticas. Se crea el Taller Coreográfico de la UNAM de Gloria Contreras.

En 1979 surge el departamento de Danza de la Dirección de difusión Cultural de la UNAM, se reestructuran la academia de la Danza Mexicana y surge la Escuela Nacional de Danza Clásica, la Escuela Nacional de Danza Contemporánea y la Escuela Nacional de Danza Folklórica.

Durante la década de los 80's se asientan y se concretan las técnicas, las tendencias, situaciones y actitudes de todo aquel que participa en la danza, en esta etapa de la danza es donde se le exige a los coreógrafos un proceso de maduración en su trabajo con una claridad estética pero también el tacto para no caer en las falsas búsquedas de artistas o grupos tanto nacionales como internacionales, que provoquen el retroceso del los avances en la danza mexicana durante 40 años.

En ésta misma década se presenta la expansión de medidas organizativas en cuanto a promoción de compañías tanto nacionales como internacionales y es así como México comienza tener visitas de compañías como la del ballet nacional de Canadá, de Cuba, y de Caracas. Logrando conformar un público amplio y estable.

En la década de los 90's sorprende la preparación técnica del joven bailarín mexicano, se crea la compañía Delfos, quien es reconocida ya que marca el inicio de un nuevo espíritu de las nuevas generaciones de la danza mexicana, se caracterizan por una creatividad traviesa, imaginativa y vital.

En 1992 la muerte de Flores Canelo conmovió al medio de la danza mexicana, ya que su convicción y su amor por la cultura popular fue inquebrantable, cuatro años después, la compañía celebró 30 años de vida profesional.

En la actualidad las tendencias de la danza en el mundo se dirigen hacia una expresión de la esencia de la vida humana, es por ello que tienen el precepto de que el cuerpo desnudo es el mejor vestuario. En esta ocasión no se trata de una liberación sexual o una provocación política como hace algunas décadas, si no ahora es la forma de revelar lo esencial de la experiencia humana.

Para RoseLee Goldberg, autora, historiadora y directora fundadora de Performa, organización dedicada a la investigación y actuación de artistas visuales, la nueva ola de desnudez podría estar relacionada con una reacción al auge de la tecnología en el trabajo en multimedios. "Es como si cada tanto necesitáramos recordar que la coreografía tiene que ver con el cuerpo", dijo. "La idea es salir de la decoración y volver a una reflexión más seria sobre la danza"⁴⁷

La danza es una herramienta de la historia de cualquier nación, nos cuenta sobre los sucesos, las conquistas, batallas, religiones, ideologías y como es que con el paso del tiempo las culturas se fueron entrelazando hasta llevarnos al punto en el que nos encontramos.

En cuanto a nuestra historia se refiere sirvió junto con la música como medio de comunicación entre culturas para lograr una comunión de ideologías y dirigir los esfuerzos a una independencia o revolución, dos sucesos sumamente importantes para México.

La vinculación entre la danza y la cultura nacional nos dan como resultado acontecimientos sociales que marcan la historia del país y le dan una identidad.

⁴⁷ <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2006/03/04/u-01151487.htm> consultada el 20 del junio del 2011.

5. DANZA EN LA UNAM

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) fue fundada el 21 de septiembre de 1551 con el nombre de la Real y Pontificia Universidad de México. Es la más grande e importante Universidad de México e Iberoamérica. Tiene como propósito primordial estar al servicio del país y de la humanidad, formar profesionistas útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura.⁴⁸

En el 2010 la universidad cumplió 100 años de existencia y ha sido reconocida como una universidad de excelencia a nivel mundial ya que responde al presente que vivimos y al futuro que se nos avecina, buscando siempre resguardar la cultura de nuestro país.

Se ha convertido en un espacio donde la libertad se encuentra en cada uno de los rincones de sus instalaciones, y en cada una de las personas que pertenecen a ella, practicando la tolerancia, el respeto y el diálogo; teniendo como virtudes la pluralidad de ideas y de pensamiento.



La Universidad Nacional Autónoma de México se ha preocupado por ofrecer espacios para el arte.

Atendiendo uno de sus propósitos primordiales crea la coordinación de Difusión Cultural, la cual *“tiene como misión difundir las diversas manifestaciones del arte y la cultura nacional y universal, así como los conocimientos científicos, tecnológicos, y*

⁴⁸ <http://www.unam.mx/acercaunam/es/> consultada el 01 de Mayo del 2010.

humanísticos que se desarrollan en la Universidad, para enriquecer la formación de los alumnos, beneficiar lo más ampliamente posible a toda la sociedad mexicana, y fortalecer la identidad nacional.”⁴⁹

La coordinación de Difusión Cultural cuenta con diversas direcciones cubriendo las necesidades de expresión que van desde la música, pasando por el teatro, la danza, el cine, la literatura, museos propios, dirección de Radio UNAM y TV UNAM, entre otros.



Logoimagnetipo de la Dirección de Danza de la UNAM

Desde su fundación la Dirección de Danza fue creada para promover lo que se estaba haciendo dentro de la universidad en éste ámbito, pero también busco ser una plataforma a nivel nacional para que compañías nacionales e internacionales tuvieran un lugar de expresión.

Como todo, la dirección de Danza fue creciendo y al mismo tiempo la Universidad se dio cuenta de que necesitaba tener direcciones específicas para difundir cada una de las disciplinas con la que contaba. De esta manera después de un largo tiempo de espera para que la Danza tuviera su propio lugar dentro de la UNAM se puso al frente de esta Dirección a Colombia Moya, los siguientes responsables han sido Sonia Órnelas, Lydia Romero, Rosario Manzanos, Carlos Ocampo, Enrique Estrada y el actual director, Cuauhtémoc Nájera.

Cada uno de ellos experto en el área han aportado diferentes cosas a la coordinación de Danza, Rosario Manzanos le dio mayor proyección, todos han apoyado a esta disciplina desde sus diferentes expresiones, Carlos Ocampo impulso la Danza contemporánea, Lydia Romero organizó por primera vez el primer encuentro internacional de danza dentro del Centro Cultural Universitario, Rosario Manzanos retomo la idea de Lydia y creó el Primer encuentro Latinoamericano de Danza Contemporánea, en el mismo espacio.

⁴⁹ <http://www.cultura.unam.mx/?tp=articulo&id=1075&ac=mostrar&Itemid=299&ct=0> el 14 de julio del 2011.

Tanto Rosario Manzano como Colombia Moya llevaron a cabo el proyecto de los talleres libres de danza, la Coreógrafa Cora Flores, quien desde sus inicios ha sido la maestra principal de los talleres, recibió el premio Raúl Flores Canelo por su labor académica.

La sede más importante para la Danza universitaria ha sido la Sala Miguel Covarrubias, por donde han pasado compañías, tanto nacionales como internacionales, a lo largo de varios años, es por eso que seguirá siendo uno de los espacios más importantes para la danza en nuestro país.

La coordinación tiene un lema: *Danza **en** la Universidad, Danza **de** la Universidad y Danza **para** la Universidad.*⁵⁰

Este es el eje rector de la coordinación, con base en él se ha creado toda una serie de estrategias para poder llegar al público, se programan temporadas de danza, se apoya al desarrollo de la práctica universitaria, se busca difundir el arte dancístico por medio de cursos libres de danza, se imparten talleres, y se organizan eventos, todo con el propósito de crear una danza en la universidad, para la universidad, y de la universidad.

Es **en** la universidad porque busca llegar a cada uno de los rincones de la UNAM, no sólo en la sala Miguel Covarrubias. Si no en distintos recintos como el teatro Juan Ruiz de Alarcón, la sala Carlos Chávez, el museo Universitario del Chopo, o en espacios alternativos, etc.

Es **de** la Universidad ya que de ella han surgido grupos importantes en el ámbito a nivel nacional e internacional como lo son el Taller Coreográfico de la UNAM, Danza Libre Universitaria, Danza Contemporánea Universitaria, El ballet Folclórico de la UNAM, pero también ha hospedado a grupos independientes que buscan un foro de expresión.

Es **para** la Universidad, porque pretende que llegue primordialmente a la comunidad universitaria, a través de diferentes proyectos, como los talleres, la organización del Día internacional de Danza, en el Centro Cultural Universitario el 29 de Abril, así como

⁵⁰ http://www.danza.unam.mx/sat_n_mision.html consultado el 01 de mayo del 2010.

programas especiales realizados para las diferentes facultades, preparatorias y escuelas pertenecientes a la UNAM.

Así, con el paso del tiempo la Universidad preocupada por llevar a cabo uno de sus propósitos, ha logrado conformar distintas coordinaciones, entre ellas la coordinación de Danza que han buscado impulsar la creación de una cultura propia, la cultura Universitaria.

La danza se ha convertido en una de sus cartas de presentación, a nivel universitario, nacional e internacional. Y esto se ha logrado gracias al apoyo, la creación, y el trabajo de todos aquellos que en su momento han formado parte de de la Coordinación de Danza.

6. HISTORIA DEL TALLER COREOGRAFICO DE LA UNAM

A. Gloria Contreras



Gloria Contreras, Directora del Taller Coreográfico de la UNAM

María del Carmen Gloria Contreras Röniger nació el 15 de noviembre de 1934, en la Ciudad de México. Su amor por la danza nació del amor por la música que le inculco su padre desde los 3 años.

En la década de 1940, a los 12 años tomo clases en México con Nelsy Dambré primera bailarina de la Opera de París; después partió a Nueva York donde de 1956 a 1965 tomo clases con prestigiosos bailarines como Fierre Vladimiroff, Felis Doubrovcsa, Anatole Obukhof, Muriel Stuaite y El eminente George Balanchine, quien es considerado como el coreógrafo ruso estadounidense más influyente en el ámbito de la danza en el siglo XX, todos ellos de la School of American Ballet.

Después de una exitosa carrera como bailarina y coreógrafa en Estados Unidos, y Canadá, Gloria decide regresar a México en 1970, quien es sorprendida por Eduardo Mata, que en ese entonces era Director del Departamento de Música de la UNAM, con la propuesta de Formar un laboratorio de creación artística al cual le nombraron Taller Coreográfico de la UNAM.

Su objetivo fue construir un espacio donde los bailarines mexicanos pudieran desarrollarse, crear un público apasionado de la danza y lograr un repertorio propio. Cosa que ha sobrepasado a sus 40 años de existencia.

La maestra Gloria Contreras tiene la firme idea de que el arte en general y en especial la danza crea mejores seres humanos, por lo cual sus coreografías se basan en la cotidianeidad para poder dejar una enseñanza.

A lo largo de su vida aprendió distintos tipos de baile, como el danzón, el tango, el bugy bugy, el rock y el mambo entre otros para poder enriquecer su propia técnica dancística y así acercarse a cualquier sector de la sociedad.

Su pasión por la poesía, el dibujo, la fotografía, la arquitectura y la escultura ha hecho que su danza tenga un toque particular, un toque más humano y sensible.

En cuanto a su trayectoria artística es considerada coreógrafa emérita por la UNAM, se le han otorgado diversos reconocimientos entre los destacan el Premio Guillermina Bravo, entregado por el festival Internacional de Danza Contemporánea Lila López, la medalla “Una vida para la danza” otorgada por el Instituto Nacional de Bellas Artes en 1989, el Premio Universidad Nacional 1995, en la categoría de Creación Artística y Extensión de la Cultura y el Premio Nacional de Ciencias y Artes en el rubro de las Bellas Artes en el 2006

Pertenece al Consejo Internacional de la Danza de las Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la Cultura (UNESCO) y a la Academia Mexicana de las Artes.

Con una trayectoria dancística de 73 años la misión principal de la maestra siempre ha sido acercar la danza a todo tipo de público sin importar, clases sociales, idioma, o religión, es por ello que desde sus inicios ofrece funciones gratuitas de calidad los viernes a las 12:30 pm en el Teatro Arq. Carlos Lazo de la Facultad de Arquitectura y los domingos a precios accesibles en el Teatro Miguel Covarrubias del Centro Cultural Universitario.

Ha sido una mujer que ha logrado ser orgullo y ejemplo tanto en México como el extranjero, ha sabido traspasar fronteras, ha pisado escenarios importantes de Estados

Unidos, Europa y América Latina. En sus coreografías ha plasmado los sentimientos humanos desde la alegría, el amor hasta la angustia, la soledad, la tristeza y la muerte.

Gloria Contreras actualmente cuenta con un repertorio de aproximadamente 300 coreografías, ha sido ejemplo de varias generaciones, no sólo de bailarines, sino también de universitarios, profesionistas, niños, amas de casa, de todo aquel que se ha dejado envolver por su danza, pero sobre todo ha sabido mantener su objetivo principal vigente: Llevar la Danza a todas las clases sociales.

B. Historia de la Compañía 1970-2010

Apoyada por la máxima casa de estudios, El Taller Coreográfico de la UNAM se funda en 1970 por Gloria Contreras. A través de él, ha llevado la danza mexicana a múltiples escenarios tanto nacionales como internacionales y ha buscado incesablemente ponerla al alcance de todo el público.

Gloria Contreras junto con la compañía entera ha ofrecido 82 (hasta el 2011) temporadas presentando cada semana dos funciones con un programa diferente durante nueve meses al año en el Teatro Arq. Carlos Lazo de Ciudad Universitaria y en la Sala Miguel Covarrubias del Centro Cultural Universitario. También se ha publicado 19 libros sobre poesía, dibujo, fotografía, ensayo, condrología y metódica dancística.

Ha tenido la oportunidad de contar con más de 30 coreógrafos buscando proporcionarles un foro abierto a la creación. Ha presentado más de 275 coreografías, creadas con música que abarca desde cantos del siglo XII hasta las composiciones más contemporáneas, como el reggaetón y el rock.

Se han organizado exposiciones de dibujo, pintura, cartel, poesía y fotografía inspiradas en el trabajo del Taller Coreográfico.



Integrantes de la compañía del Taller Coreográfico de la UNAM

Desde 1974 organiza seminarios donde personas de todas las edades y profesiones han estudiado y practicado la danza.

En 1995 Se le otorgo a su directora y fundadora Gloria Contreras, el premio Universidad Nacional en el área de creación Artística y extensión de la Cultura y también se le otorgó el Premio Nacional de Ciencias y Artes 2006, en el rubro de las Bellas Artes. Entre otros.

Durante su primera década La compañía comienza a crear los cimientos de lo que sería su identidad

Desde 1971 la compañía ha buscado mantener un diálogo permanente con su público para hacerlo parte de la magia de la danza, parte de su acontecer diario y de su vida cotidiana.

El Taller Coreográfico de la UNAM se ha caracterizado por ser un híbrido entre inteligencia y sensibilidad, difícilmente una compañía de danza logra crear una vinculación entre el creador, el intérprete y el espectador.

En 1974 con el objetivo de hacer partícipe de la danza al público del Taller se inauguran las clases de contrología, éste *“es un sistema de ejercicios científicamente diseñados que proporcionan flexibilidad y fuerza a todos los músculos, al mismo tiempo contribuye al bienestar de órganos internos y a la eliminación de toxinas y la corrección de molestias artríticas o nerviosas.”*⁵¹

En 1978 la compañía comienza a interesarse en las técnicas de difusión para conformar un público propio amante de la danza, Gregorio Luke de acuerdo a las palabras de la Directora de la compañía *“se consagra como un promotor que usa todos los medios para convencer a la gente que el arte es necesario.”*

En 1979 se comienza una pequeña gira por las Preparatorias de la UNAM y se visitan las escuelas superiores de Acatlán y Aragón, sin embargo fue difícil conformar un público porque los teatros fueron prestados los sábados por la tarde cuando no había alumnado.

En 1980 se estrena la sala Miguel Covarrubias con la participación de la orquesta filarmónica de la UNAM, desde entonces ésta sala ha sido la casa de la compañía.



Integrantes de la Compañía del Taller Coreográfico de la UNAM

⁵¹ Contreras Gloria, Contrología, UN SISTEMA COMPLETO DE EJERCICIOS PARA HOMBRES Y MUJERES. Contraportada.

Durante 1981 Gloria Contreras próxima a celebrar los primeros 10 años de existencia del Taller Coreográfico de la UNAM recibe el premio internacional Copa de plata a la excelencia artística en Estados Unidos y en México la medalla Juan Ruiz de Alarcón.

Durante esta década se tuvo la colaboración del coreógrafo argentino, Alejandro Cervera quien dio una gran aportación en el *Tango Vitrola*, composición que habla de los primeros tangos bailados en Rio de Plata, Argentina.

Se realizó la primera conferencia sobre el cuerpo y la expresividad en el museo Carrillo Gil y la casa de Carranza.

La compañía participa en el 8vo. Festival Nacional de Danza en la Habana y se graba en video la enseñanza de la danza a un niño mediante la metódica rusa: (7 videos de Primer Grado, 5 videos en segundo Grado y 6 del tercer grado).

En 1990 la compañía cuenta con invitados especiales como lo son el músico ruso Valery Layenio, la coreógrafa norteamericana July Arenal, quien se dedicaba a la comedia musical, al Jazzista Juan José Calatayud, al Chelista Idelfonso Cedillo, a la cantante de ópera María Luisa Gonzales Tamez, al Guitarrista Ariel Hinojosa, al Pianista Héctor Rojas y a la chelista Rebeca Mata.



Integrantes de la Compañía del Taller Coreográfico de la UNAM

Para 1993 ya se tenían 103 obras propias, 2811 clases impartidas a 1212 alumnos de 50 grupos con 14 profesores.

En 1995 se recibe al comité de danza de la ITI – UNESCO y se le otorga a Gloria Contreras el premio Universidad Nacional en el área de creación artística y extensión de la cultura.

Para 1997 La compañía junto con TV UNAM graba una serie de 16 ballets que conformaron 4 programas de 22 minutos de danza que fueron transmitidos por el canal 22.

En este año se presenta el libro del *Diario de una Bailarina y Controlología. Un sistema completo de ejercicios para hombres y mujeres*, se realizan conferencias por las facultades de la Universidad y se presentan en San Petersburgo

En 1998 se realizan 7 funciones en el Teatro Flores Canelo, del Centro Nacional de las Artes invitados por el INBA.

En 1999 varios proyectos de la compañía se ven truncados por la huelga, sin embargo la compañía no deja de trabajar y participa en la muestra fotográfica llamada pasos de la historia. La Danza escénica mexicana del siglo XX.

En el 2000 la compañía siguió realizando conferencias y se presentan en la celebración del día de la danza en el Teatro Miguel Covarrubias, también se asiste al Centro Nacional de las Artes y se publica el libro *Gloria Contreras: Fenómeno del Ballet Mexicano*.

En el 2001 La compañía presentó una serie de funciones en California, en la plaza de los Ángeles, organizada por el centro de las artes escénicas Grand Performances.

*“Las funciones congregaron 3,500 espectadores aproximadamente y los comentarios de la crítica especializada fueron elogiosos”.*⁵²

En el 2002 se realizó una función de gala y un concierto conferencia en Baja California Sur por sus 450 años de la fundación del estado.

Durante el 2003 la compañía es invitada a diferentes festivales de danza en diferentes estados de México como lo son Chihuahua, Cd. Juárez, Guadalajara, Oaxaca, Estado de México y Chiapas, internacionalmente se presentó en Nueva York y Long Beach en Estados Unidos.

⁵² Informe de labores del Taller Coreográfico de la UNAM, 2001, pág. 8.

Se presenta el libro Memoria del taller Coreográfico de la UNAM 1970- 2000 en la Casa Universitaria del Libro.

En el 2004 el Taller Coreográfico de la UNAM se presentó en el Primer festival Cultural Cárdenas 2004 en Tabasco, en el 47 aniversario del ITESO (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente) Jalisco y junto con la compañía de danza de Oakland Ballet en San Francisco.

Al pasar del tiempo el Taller Coreográfico ha incrementado sus alumnos, su público, la calidad de sus coreografías, las cuales han sido reconocidas ampliamente en el mundo de la Danza principalmente en el Extranjero como lo es en Rusia, y Estados Unidos.

Año tras año Gloria Contreras no ha dejado de lado otro tipo de manifestaciones artísticas como lo son la presentación de exposiciones fotográficas, de pintura y conferencias, con el objetivo de hacer más completa la labor del bailarín y principalmente de la Compañía que pretende involucrarse de manera profunda con su público.



Integrantes de la Compañía del Taller Coreográfico de la UNAM

Durante su existencia la compañía ha buscado poner en contacto al público mexicano con obras de los más importantes representantes dancísticos del mundo utilizando

corrientes como el modernismo de Doris Humphrey (EUA) y Lorna Burdsall (Cuba), el expresionismo de Patricio Bunster (Chile) y Juan Techera (Uruguay) hasta el dancístico romántico de Vladimir Petrin (URSS).

Ha tomado en cuenta partituras que van desde Bach, Mozart; Tchaikovski, Stravinski, Verase hasta mexicanos como Carlos Chávez, Silvestre, Revueltas, Bernal Jiménez, Ricardo Castro, Juan José Calatayud, Raúl Cosío y Mario la Vista entre otros.

El TCUNAM frente a sus 40 años de existencia en el 2010 no se especializa en un solo tipo de danza, al contrario busca estimular la coexistencia de diferentes estilos para crear una danza única y más enriquecida.

De acuerdo a la filosofía del TCUNAM lo importante de una coreografía no es la ejecución correcta de una técnica dancística, si no la eficacia con la que se comunica el sentir de la compañía al público.

Se logra el objetivo cuando la construcción coreográfica combinada con la música correcta crea una atmosfera que transmite al espectador, los sentimientos, experiencias y emociones que el coreógrafo quiere expresar.

La Danza del Taller Coreográfico de la UNAM, busca crear un arte propio dentro de lo universal

“La aportación fundamental del Taller Coreográfico de la UNAM es haber sido capaz de crear una danza mexicana en el sentido más amplio del término. La danza del taller es mexicano no sólo por el lugar en el que se produce o la nacionalidad de sus creadores e intérpretes, sino porque es un producto social, reflejo del México contemporáneo.”⁵³

⁵³ Luke Gregorio en TALLER COREOGRÁFICO DE LA UNAM XX AÑOS DE EXISTENCIA, pp. 67.

Escena 3

*Programa de Relaciones Públicas para el
Taller Coreográfico de la UNAM*

1. SITUACIÓN ACTUAL DEL TALLER COREOGRAFICO DE LA UNAM

El Taller Coreográfico de la UNAM a través de cuatro décadas se ha esmerado en demostrar que la Danza no es un privilegio de unos cuantos, sino es el goce de muchos, Le ha dado un lugar digno al bailarín y ha sido representante de la máxima casa de estudios tanto a Nivel Nacional como Internacional.

Mantenerse en el gusto del público durante 40 años no ha sido tarea fácil, sin embargo actualmente ¿En donde se encuentra parado el Taller Coreográfico de la UNAM?, ¿Hacia dónde va?

Para averiguarlo se realizó un Diagnostico tanto de su personal, así como de su público y los Resultados fueron los siguientes:

A. Diagnostico

En primera instancia quiero tomar en cuenta 2 aspectos que afectan a cualquier organización dentro de las sociedades actuales, la primera es la situación económica y la segunda la competencia.

a. Económico

La crisis económica mundial se genera por diversas causas: el alza de los precios en las materias primas, la sobrevaloración del producto, la crisis alimentaria mundial y energética, la inflación monetaria y la amenaza de la recesión, sin embargo la base de todo fue la crisis crediticia hipotecaria y de confianza en los mercados principalmente en Estados Unidos en el año de 2008.

La expansión crediticia ficticia dirigida por los bancos centrales motivo a los empresarios a invertir a donde no debían.

Debido a la estrecha dependencia económica mexicana con los Estados Unidos y la continua caída de las remesas, México no tardo en sentir los efectos de la crisis económica. Pronto se comenzó a ver que el empleo informal y el desempleo incrementaron para enero del 2009; el precio del petróleo y la constante caída de la producción obligo al Gobierno aumentar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto Sobre la Renta (ISR) y crear nuevos impuestos sobre las Telecomunicaciones.

Sin embargo el aumento de estos impuestos no ayuda a resolver la caída de la economía mexicana, al contrario sólo es el sustento de la burocracia del país.

Durante el 2009 la economía mexicana cayó aun más después de la epidemia de gripe AH1N1, el sector turismo, quien es la tercera fuente de divisas para el país se vio altamente afectada.

La devaluación, el incremento del desempleo y de los Impuestos entre otras cosas ha generado que la calidad de vida de la sociedad mexicana se enfoque principalmente a solventar los gastos básicos, dejando de lado el interés por la cultura y el entretenimiento considerando a estos, un gasto extra que los mexicanos no pueden solventar.

Aquí es donde el Taller Coreográfico de la UNAM se ve afectado por la Crisis Económica, si bien la sociedad mexicana no es una sociedad interesada en la apreciación de las Bellas Artes por considerarse exclusivo para una elite, se disminuye la asistencia a las funciones dominicales por el hecho de no contar con los recursos necesarios, y por lo tanto se reduce el presupuesto de la compañía para poder realizar diferentes campañas de Publicidad y Relaciones Públicas, entre otros.

b. Competencia

La competencia es un factor imperante en nuestras sociedades y si bien el Taller Coreográfico tiene elementos que lo hacen muy particular no se salva de tener uno.

La Compañía Nacional de Danza, a diferencia del Taller Coreográfico cuenta con el apoyo de gobierno ya que es la representante de nuestro país tanto en México como en el extranjero

Por su conformación de 68 bailarines (entre los que encontramos primeros bailarines, solistas, corifeos y cuerpo de baile), por sus dimensiones y su repertorio de aproximadamente 67 obras representa a México tanto en la danza clásica como en la contemporánea.

La agrupación surge en 1963 bajo la necesidad de establecer un ballet que representara la época de oro de la danza en México; pero hubo un segundo impulso para crear la compañía y éste fue la intención de crear un espacio para los bailarines, maestro, coreógrafos y creativos mexicanos.

La combinación de un estilo latino de los clásicos y la creación de nuevas propuestas que surgen de creativos jóvenes es lo que le ha dado un éxito total a la compañía donde se presentan.

La Compañía Nacional de Danza a comparación del Taller Coreográfico de la UNAM cuenta con una Identidad muy clara, lo que le da ventaja sobre éste último ya que todo integrante o seguidor sabe hacia dónde quiere y como van llegar.

La misión de la compañía se parte en dos, la primera parte es fomentar y preservar el repertorio clásico tradicional que se considera como patrimonio cultural y la segunda es impulsar la exploración de nuevas expresiones dancísticas nacionales e internacionales manteniendo siempre el contacto con un público de todas las edades y nacionalidades.

Su enfoque está dirigido hacia dos vertientes la primera es enriquecer al quehacer dancístico con proyectos innovadores tomando en cuenta la tecnología y la segunda es por medio de diferentes lenguajes lograr que el bailarín de la compañía despierte los sentidos del publico incitando a las nuevas generaciones a disfrutar y practicar de la danza.

Consideran el arte como la herramienta principal para el desarrollo cultural del país frente al mundo; por lo tanto sus esfuerzos se han enfocado a promover y difundir la danza clásica y contemporánea como medio para acercarnos a una cultura nacional.

Definitivamente es una compañía consolidada, pero a pesar de que cuenta con casi 50 años de existencia la palabra clave es la búsqueda de la innovación para lograr la aceptación de la sociedad actual.

El Taller Coreográfico cuenta con el talento, los bailarines y la innovación para lograr cualquier objetivo que se proponga, sin embargo los recursos son un factor muy importante para el desarrollo de las organizaciones. Recursos que la compañía difícilmente tiene.

c. Empleados y situación laboral (Público Interno)

El Taller Coreográfico de la UNAM como compañía ha logrado hacerse de prestigio debido a la calidad de las coreografías y el compromiso social de comunicar no sólo historias amorosas, si no también sucesos reales que acontecen en las sociedades

actuales. Aunado a que se ha preocupado por ofrecer una danza para todo tipo de público.

Sin embargo si volteamos a ver a la Compañía hacia adentro podemos ver que el personal tanto administrativo como bailarines, ensayistas, tramoyistas y técnicos tienen una idea de que es lo que pretende la compañía, sin embargo por el hecho de que no hay una formalización de la identidad corporativa el esfuerzo de los empleados no va encaminado hacia una misma dirección.

Existe identificación y sentido de pertenencia con la compañía, ya que no hay movilidad de empleados, ni de bailarines tan fácilmente.

Sin embargo la comunicación entre empleados principalmente administrativos no es la más eficiente, provocando complicaciones al realizar su trabajo, carga del mismo, frustración, enojo y estrés.

Cabe aclarar que todos cuentan con las prestaciones del Ley de los trabajadores de la UNAM, servicio médico, vacaciones, aguinaldo, entre otros que le ofrece la universidad dependiendo de su posición.

En cuanto a la elección del personal se enfoca primordialmente a los bailarines, ellos son elegidos bajo castin o en su defecto presentan servicio social y conforme va pasando el tiempo los van acomodando en el cuerpo de bailarines principales.

Una característica primordial es que la elección de los bailarines no es elitista, y aunque el aspecto físico cuenta mucho lo más importante es la calidad de su técnica. De esta manera Gloria Contreras ha conformado a su cuerpo de ballet, con personas de distintas nacionalidades, de distinto físico, y de distintas edades sin caer en un estereotipo de bailarín.

En cuanto al personal Administrativo, Ensayistas y Profesoras, muchos de ellos han sido personas que fueron parte del cuerpo de bailarines o en su defecto, recomendados.

La compañía es apoyada por los trabajadores de la Sala Miguel Covarrubias, los trabajadores del Teatro Arq. Carlos Lazo y por la Dirección de Danza de la UNAM (los tramoyistas, técnicos, el personal de iluminación y sonido)

d. Identidad Corporativa actual

De acuerdo a la observación, entrevistas, y análisis de la organización encontré los siguientes síntomas:

- Existe sentido de pertenencia una idea de que es lo que quiere y hacia dónde va la compañía sin embargo actualmente carece de misión, visión, valores y filosofía institucional formalizados.
- La compañía carece de organigrama
- No existen refuerzos de identidad
- No existe un manual de actividades del personal
- No cuentan con uniformes y
- La papelería es inconsistente

e. Público Externo

Hablar del público de la compañía es hablar de diversas situaciones sociales, podemos encontrar, amas de casa, licenciados, doctores, artistas, y principalmente estudiantes, entre otros, es por ello que mi investigación hablando del público externo, se enfoca a un sector que no había sido explorado por la compañía: Alumnos de los 9 planteles de la Escuela Nacional Preparatoria de la UNAM

Se realizó una encuesta a 300 alumnos de las nueve Preparatorias para saber cuáles eran sus preferencias, en que ocupaban el tiempo libre y de qué manera se divertían, así como para saber de qué manera les gustaría que fuera la Danza.⁵⁴

⁵⁴ Encuesta realizada del 9 al 13 de Noviembre de 2010 por Karla Ortega Cedillo.

Los resultados Obtenidos fueron:

La mayoría de ellos prefieren escuchar música y leer en lugar de hacer alguna actividad física, en este caso del total de encuestados sólo el 8% practica algún deporte, el 4% practica algún tipo de danza, y el 2 % practica algún tipo de arte (Pintura, Dibujo o Música).



Grafica 1



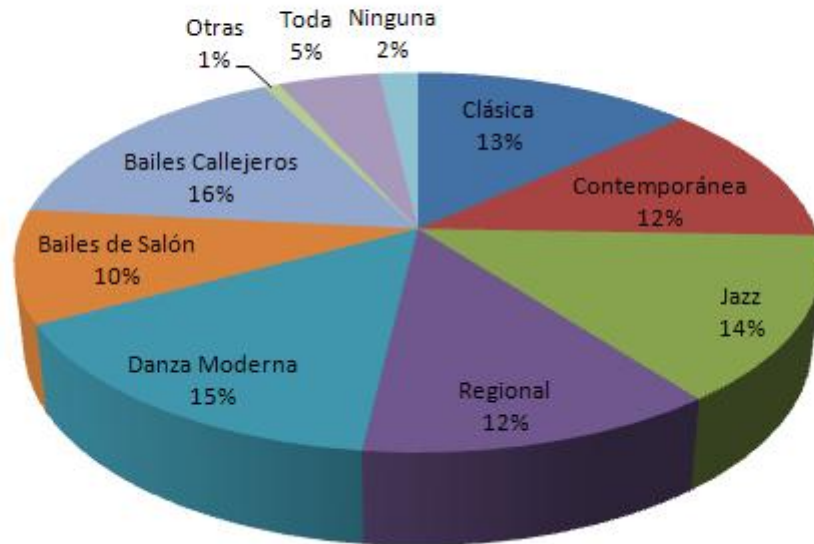
Grafica 2



Grafica 3

Grafica 2 y 3.- A los jóvenes les llama la atención asistir a funciones de danza pero no se ha puesto la suficiente atención de lo que ellos demandan; y se demuestra claramente porque mencionan que no les interesa o se aburren. Y definitivamente no se sienten identificados.

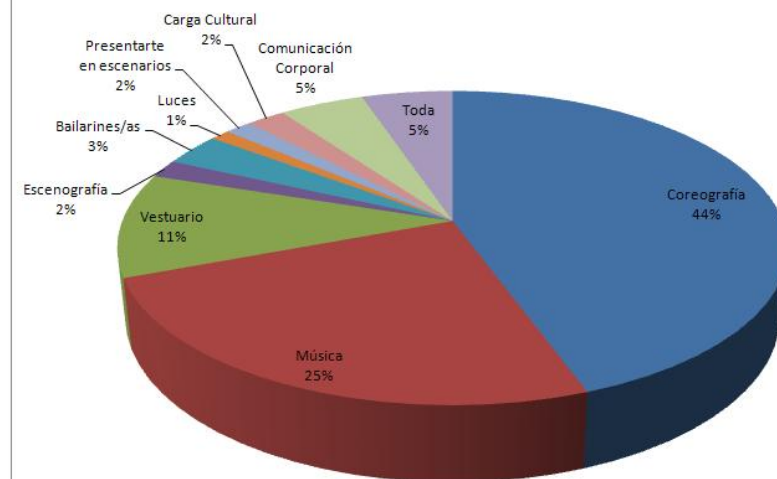
¿Qué género de danza te gusta más?



Grafica 4

Todas las danzas que implican modernidad llaman la atención de nuestro público meta y se acercan a éstas con facilidad.

¿Qué elementos te gustan de la Danza?



Grafica 5



Grafica 6

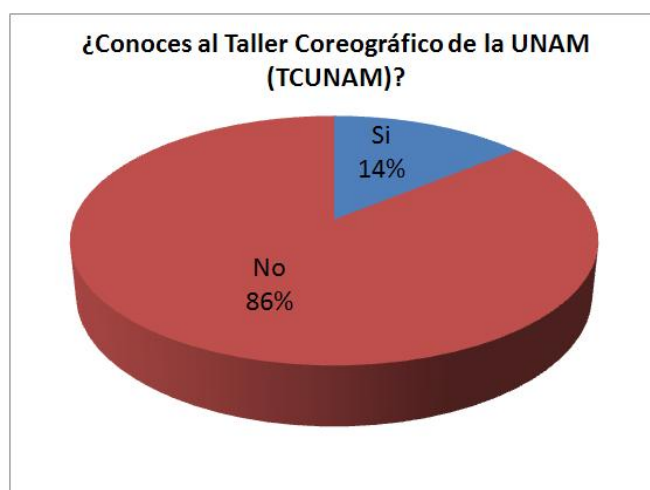


Grafica 7



Grafica 8

Para que los jóvenes se interesen en la danza es esencial que ellos se sientan identificados y esto se puede lograr con algunos elementos como lo son: la música, la actualidad, la innovación, la creatividad y la manera en que ven ellos la vida.



Grafica 9

En ésta grafica podemos ver claramente que la difusión del TCUNAM no ha llegado a éste público.

En conclusión los jóvenes difícilmente conocen de compañías de danza y lo que ofrecen.

La innovación, la actualidad y la modernidad es lo que predomina dentro de sus preferencias y aunque el Taller Coreográfico tiene las herramientas necesarias para cubrir las necesidades que los chicos demandan en la Danza, no se ha hecho nada por mostrárselas.

Difícilmente los jóvenes se acercarán por si mismos a la Danza, hay que llevarles la danza para demostrarles lo que ésta tiene para ellos.

f. FODA

Finalmente para concretar estos puntos del diagnostico presento un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para concretar cuáles son las necesidades de la compañía y los resultados son los siguientes:

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Apertura a la innovación.• Cuenta con reconocimiento propio y de la UNAM.• Cuenta con el apoyo de su público.• Acepta las críticas tanto de su público como de los medios.• Se interesa en que todo tipo de público acceda a la Danza.• Cuenta con presencia en diversos medios electrónicos e impresos como revistas y paginas especializadas en danza.	<ul style="list-style-type: none">• Crisis económica.• La falta de interés en el arte.• La población no cuenta con los recursos ni con el tiempo suficiente para asistir a una función de danza.• Los jóvenes consideran que la danza es aburrida• No existe una cultura de la Danza.• La población en general busca otro tipo de entretenimiento.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento Nacional e Internacional en su ámbito. • Utilización de la técnica dancística como medio de comunicación no sólo de estética. • Cuenta con un estilo propio de Danza. • Los precios de las funciones son accesibles. • Cuenta con redes sociales en internet. • Cuenta con talleres para el público en general. • Cuenta con un repertorio amplio y único. • Experiencia en el ámbito de 40 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una identidad corporativa formalizada • No existe un organigrama • No se cuenta con el capital económico ni humano para la realización de los proyectos de difusión. • No existe un vínculo con los jóvenes • La compañía se enfrenta a muchos obstáculos burocráticos para difundir la compañía. • Las redes sociales sólo son informativas más no comunicativas.

B. Campo de acción

El Taller Coreográfico de la UNAM aunque ha luchado día a día para poder ofrecer una Danza accesible a todo tipo de público, no ha sabido utilizar sus propios recursos para acercarse a un público de entre 15 a 18 años, ni siquiera en las Escuelas Preparatorias que forman parte del sistema educativo de la UNAM.

El campo de acción que encuentro en el Taller Coreográfico de la UNAM es que a través de la formalización y el reforzamiento de la identidad de la compañía se pueda direccionar la imagen de lo que son y lo que quieren logran tanto para su público

interno como el externo, principalmente en las nuevas generaciones, quienes serán las que den un empuje para que la compañía siga vigente por mucho más tiempo.

A continuación presento el programa Integral de Relaciones Públicas que propongo.

2. Programa de Relaciones Públicas “danza en tu idioma”

A. Presentación

La danza es una de las Bellas Artes que ha sobrevivido a través de los siglos. Ha sabido ser el medio por el cual se relatan los acontecimientos sociales, pero también ha sido el punto de fuga de los sentimientos de los seres humanos.

El Taller Coreográfico con 40 años de experiencia, ha logrado defender a la danza mexicana, como una danza de “pueblo y para el pueblo” ha buscado incansablemente mostrar una danza mexicana en escenarios internacionales y lo ha logrado. Sin embargo a pesar de ser una de las compañías más representativas del país en cuanto a danza se refiere, no cuenta con una identidad corporativa ni un manejo adecuado hacia el exterior; a tal grado que los alumnos de las escuelas preparatorias de la UNAM, institución a la que pertenece, no conocen a la compañía.

Es importante mencionar que para este programa de Relaciones Públicas parto de la identidad corporativa porque ella es quien da la vida a la organización, sin ella ningún programa de relaciones públicas funcionaría.

La identidad se refleja en las actitudes de los integrantes de la compañía, de los bailarines, las ensayistas, tramoyistas: en el escenario.

Es por ello que presento un plan integral de relaciones públicas con la intención de reparar las debilidades de la identidad de la compañía y así, por medio de ellas, lograr un vínculo más estrecho entre los jóvenes y la compañía.

El programa “Danza en tu Idioma” hace referencia a que la danza es para todos, tanto para los que trabajan dentro de la compañía como para los que son espectadores de la danza, cualquiera que sea su rol social.

Éste programa de relaciones públicas pretende vincular, integrar y orientar tanto a los elementos de la compañía como al público en general, (principalmente a los jóvenes de 15 a 18 años) para poder acercarse a la danza del Taller Coreográfico con el objetivo de lograr una mayor difusión de sus actividades, mantenerse en el gusto del público y acercar a los jóvenes al arte.

B. Objetivo

Formalizar y reforzar la identidad de la compañía para vincularla con sus integrantes y con jóvenes de los nueve planteles de la Escuela Nacional Preparatoria de la UNAM para de acercarlos a la danza por medio de un plan de Relaciones Públicas.

C. Públicos

Todos los integrantes de la Compañía (público interno) así como alumnos de las nueve Escuelas Preparatorias de Sistema Educativo de la UNAM de entre 15 a 18 años (público externo).

2.1“Danza en tu Idioma” Parte 1 -De adentro hacia afuera

Para que el público interno, entendido como los empleados, refleje la identidad de la compañía al público externo es necesario formalizarla y crear el sentido de pertenencia en ellos.

A. Área de oportunidad

Al contar con la formalización de la misión, visión, valores y filosofía se obtendrá de parte de los empleados conciencia de la compañía a la que pertenecen, hacia dónde va, que es lo que quiere y como ayudarán a que eso suceda y bajo que principios.

B. Estrategias

a. ¿Qué es el TCUNAM?

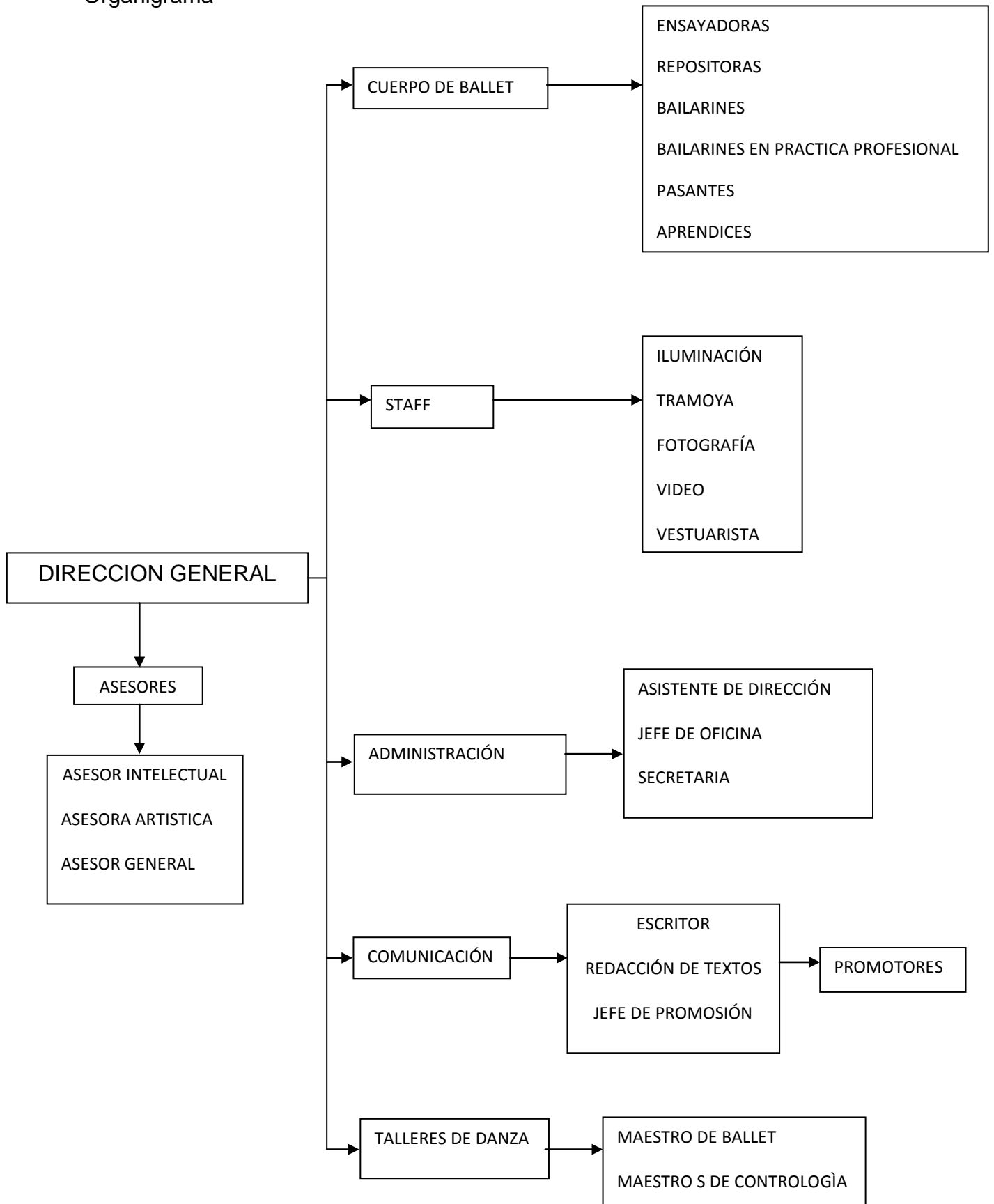
Objetivo

Formalizar la identidad de la compañía para lograr direccionar la misión de la empresa junto con sus integrantes.

Propuesta de la Identidad del Taller Coreográfico de la UNAM:

MISIÓN	El Taller Coreográfico de la UNAM además de entretener pretende generar en el público una reflexión profunda sobre los acontecimientos y conflictos sociales, para contribuir a la vida cultural de nuestro país, ofreciendo una danza de calidad para todo tipo de público dejando así una semilla de sensibilidad en cada uno de los espectadores
VISIÓN	Conformar un público crítico, amante de la danza, así como mantener el reconocimiento y la preferencia tanto a nivel Nacional como Internacional.
VALORES	Amor por el arte Disciplina Nacionalismo Respeto Sencillez Humildad Y Trabajo en Equipo
FILOSOFIA	Utilizar la técnica dancística como medio de comunicación para expresar la esencia fundamental del Ser Humano.

Organigrama



b. 1 2 3 con el TCUNAM.

Objetivo

Crear los usos correctos de la imagen de la compañía para evitar confusión tanto en públicos internos como externos logrando que la organización pueda ser percibida de una manera positiva

Propuesta:

El manual contendrá los siguientes elementos:

MANUAL DE IDENTIDAD	<ul style="list-style-type: none">1. la identidad conceptual2.1 ¿Quiénes somos y a donde vamos?<ul style="list-style-type: none">MisiónVisiónValoresFilosofía2.2 ¿Qué hacemos?2.3 Nuestros Objetivos2.4 Organigrama2.5 Objetivos de las Áreas de trabajo2.6 Reglamento3. Identidad Visual3.1 Signos identificadores básicos<ul style="list-style-type: none">3.1.1 Nombre y descripción3.1.2 Logotipo y descripción3.1.3 Imagotipo y descripción3.1.4 Logoimagotipo y Aplicaciones3.2 Tamaños y proporciones<ul style="list-style-type: none">Retícula de ConstrucciónCuadrícula de ProporciónÁrea de Protección Visual3.3 Color<ul style="list-style-type: none">Uso en selección de colorGamas CromáticasColores Básicos3.4 Tipografía<ul style="list-style-type: none">Uso de Altas y BajasPuntajes recomendadosColores permitidos en tipografíaExtruidos TipográficosFiltros permitidos3.5 Usos del Logoimagotipo<ul style="list-style-type: none">Usos IncorrectosUsos CorrectosRecomendaciones para una correcta aplicación del logoimagotipo.3.6 Aplicación<ul style="list-style-type: none">Papelería BásicaGlosarioContacto
---------------------	---

c. **¡A ponernos la Camiseta!**

Objetivo

Por medio del reforzamiento de la Identidad corporativa lograremos proyectar correctamente y con mayor eficacia la identidad del TCUNAM.

Propuesta

<p>ESTRATEGIAS DE REFORSAMIENTO</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Creación de wallppers con: Misión Visión Valores ▪ Creación de carteles de 60x 90 en papel fotográfico, Gama cromática Oficial, Logotipo de la Compañía con: Misión Visión Valores ▪ Playeras para los integrantes de la compañía : *Hombres y Mujeres * Negras *Con Logotipo de la Compañía ▪ Páginas Web y Redes Sociales Habrá un apartado que contendrá ¿Quiénes somos? Misión Visión Valores Objetivo y Filosofía de la compañía
--	--

WALLPAPER'S INTERNOS

TALLER
Coreográfico
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras
"Por el hombre hablará el espíritu"

MISIÓN

*El Taller Coreográfico de la UNAM además de entretener pretende generar en el público una reflexión profunda sobre los acontecimientos y conflictos sociales, para contribuir a la vida cultural de nuestro país, ofreciendo una danza de calidad para todo tipo de público que deje una semilla de sensibilidad en cada uno de los espectadores**

TALLER
Coreográfico
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras
"Por el hombre hablará el espíritu"

VISIÓN

Conformar un público crítico, amante de la danza, así como mantener el reconocimiento y la preferencia tanto a nivel Nacional como Internacional.

Microsoft Office Word

Microsoft Office PowerPoint 2007

Microsoft Office Excel

Windows Live Messenger

Papeleta de reciclaje

Internet Explorer



TALLER
Coreográfico
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras
"Por el hombre hablara el espíritu"

VALORES

Amor por el arte

Disciplina

Nacionalismo

Respeto

Sencillez

Humildad

Trabajo en Equipo

CARTELES INTERNOS



MISIÓN

El Taller Coreográfico de la UNAM además de entretener pretende generar en el público una reflexión profunda sobre los acontecimientos y conflictos sociales, para contribuir a la vida cultural de nuestro país, ofreciendo una danza de calidad para todo tipo de público que deje una semilla de sensibilidad en cada uno de los espectadores"

TALLER
Coreográfico
DE LA UNAM | Dirección: María Castellanos
"De el hombre bailarín el espíritu"

VISIÓN

*Conformar un público crítico,
amante de la danza, así como
mantener el reconocimiento y la
preferencia tanto a nivel Nacional
como Internacional*



TALLER
Coreográfico
DE LA UAM Dirección: Gloria Escobar
"The of leaders holders of spirit"



VALORES

Amor por el arte

Disciplina

Nacionalismo

Respeto

Sencillez

Humildad

Trabajo en Equipo

TALLER
Coreográfico
BELLUM Dirección: María Contreras
"The of Dancers Builders of spirit"

Uniforme



Manual de identidad (ejemplo de papelería)

TARJETA DE PRESENTACIÓN

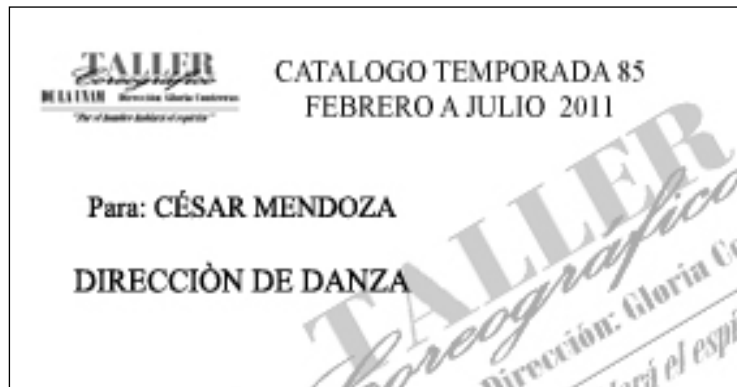


DELANTE



DETRÁS

ETIQUETA PARA FOLDER



HOJA MEMBRETADA



2.2 “Danza en tu idioma” Parte 2 – Bailando para ti

A. Área de oportunidad

A través de la difusión de las actividades del Taller Coreográfico de la UNAM se logrará posicionar a la compañía como un espacio para que los jóvenes de 15 a 18 años los nueve planteles de la Escuela Nacional Preparatoria, entendido como público externo, se acerquen al arte de la danza.

B. Estrategias

a. **CELEBRANDO Y REMODELANDO.**

Creación de Logoimagotipo de 40 años para la campaña “danza en tu idioma”

Objetivo

Creación de un Logotipo especial para la campaña con motivo de sus 40 aniversario.





b. ENRED@NDONOS

Creación de redes sociales

Objetivo

Que haya más interacción entre la Compañía y su público de manera más cercana.

Tácticas

- Se utilizarán redes sociales como el HI5, Myspace, Twitter y Facebook
- Se conseguirán correos del público meta por medio de encuestas para saber que les gustaría que se incluyera en las redes sociales.
- En estos espacios se introducirá información acerca de la compañía, tales como misión, visión, filosofía (como ya se había mencionado con anterioridad), eventos próximos, promociones, fotografías de las coreografías y los bailarines, etc.
- Se creará una sección para comentarios del público y se publicaran artículos que hablen acerca de la danza, la música de las coreografías y los talleres impartidos.

Taller Coreográfico de la UNAM - Windows Internet Explorer

http://www.facebook.com/#/pages/Taller-Coreografico-de-la-UNAM/143026482383467

facebook

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Google facebook

Taller Coreográfico de la UNAM

facebook Buscar Inicio Perfil Cuenta

Taller Coreográfico de la UNAM

Muro Información Fotos Foros Enlaces Eventos

Compartir: Publicación Foto Enlace Video

Taller Coreográfico de la UNAM y otros Solo Taller Coreográfico de la UNAM Otros

Taller Coreográfico de la UNAM ¡La clausura de la temp 84 en el teatro Arq. Carlos Lazo fue un éxito! Cada una de las coreografías fueron aplaudidas por el público. Al concluir la función, Gregorio Luke acompañado por Sealbel Alarista y el arq. Jorge Tamés develaron la Placa por el 40 aniversario, mientras en cada rincón del teatro resonaba el IG ...

Ver más

13 de diciembre a las 12:18 · Me gusta · Comentar

A 4 personas les gusta esto.

Karina Lorenzo Maravillosa clausural como siempre, felicidades y nos vemos en febrero! Felices fiestas a todos los miembros del TCUNAM y a la maestra Gloria esperando que se encuentre mucho mejor.

13 de diciembre a las 14:09 · Me gusta · 0 personas · Denunciar

Rene Cornejo Goooya.

13 de diciembre a las 19:41 · Me gusta · Denunciar

Escribe un comentario...

Taller Coreográfico de la UNAM ¡¡¡HOOOOOYYYY!!! LA CITA ES EN EL TEATRO ARQ. CARLOS LAZO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, 12:30

CLAUDIA DE TEMPORADA
Viernes 10 de diciembre
Teatro Arq. Carlos Lazo
Ave María, Bach, Schubert y Mozart
Sueño de amor, Liszt
Tempos bachianos, Bach**
Madero, una noche desolada,
Lecuna**
Clarín de la selva, Quevedo
Magníficak, Bach

Información

Lugar:
Funciones: Viernes, Teatro Arq. Carlos Lazo de la Facultad de Arquitectura - Domingo: Sala Miguel Alemán del Centro Cultural Universitario, 12:30 hrs. Insurgentes Sur 3000, Ciudad Universitaria.

Crear un anuncio

Colores y belleza
groupm.com.mx

Definea tu belleza con los mejores cosméticos.

Cityville is Socialville
Meet old friends and new in Cityville, where everybody's hanging out. Start building your dream city today - play now!

Chat (desconectado)

Internet 100%

Taller Coreográfico (tcunam) on Twitter - Windows Internet Explorer

http://twitter.com/tcunam

tweeter

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Google tweeter

Taller Coreográfico (tcunam) on Twitter

You're using an older version of Twitter that won't be around for much longer. Switch to New Twitter!

twitter

Inicio Perfil Buscar gente Configuración Ayuda Cerrar sesión

tcunam

✓ Siguiendo

EN HOMENAJE A JOHN LENNON, el Taller Coreográfico de la UNAM presenta 'Give peace a chance'

http://tinyurl.com/22i23w3

10:22 AM Des. lth via web

Todos los detalles en nuestro perfil de Facebook

http://tinyurl.com/22i23w3

9:34 AM Dec lth via web

Nombre Taller Coreográfico.
Ubicación México, D.F.
Web http://www.tcunam...
Biografía En el arte de la danza mexicana está impreso el sello característico del TCUNAM, fundado y dirigido desde 1970 por la maestra Gloria Contreras.

359 Siguiendo 145 Seguidores 5 Listas

Tweets 73

Favoritos

Acciones
bloquear a tcunam
informar de spam

Siguiendo

c. **BAILANDO CERCA DE TI**

Presentación de las coreografías del TCUNAM en preparatorias

Objetivo

Que los alumnos de las escuelas preparatorias se acerquen a la danza, llevándoles la danza hasta donde se encuentran.

Tácticas

-Se realizará acuerdos con cada uno de los directivos de las nueve preparatorias de la UNAM, para poder llevar al TCUNAM a sus instalaciones.

-El Taller Coreográfico realizará una serie de presentaciones en las ENP's

-La serie de funciones se llevará a cabo durante dos meses.

-La duración aproximada por cada función es de 2 horas aproximadamente.

-Las piezas dancísticas que se elijan deberán estar vinculadas con los intereses de nuestro público meta de acuerdo a la encuesta realizada. (La música, la actualidad, la innovación, la creatividad y la manera en que ven ellos la vida)

TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras
"Por el hombre hablará el espíritu"

**¡¡¡Presentación del Taller Coreográfico de la UNAM
en tu Prepa!!!**

¡¡¡Asiste es GRATIS!!!

ENP 1 "Gabino Barreda"

5 de octubre

ENP 2 "Erasmus Castellanos Quinto"

12 de octubre

ENP 3 "Justo Sierra"

19 de octubre

ENP 4 "Vidal Castañeda y Nájera"

26 de octubre

ENP 5 "José Vasconcelos"

3 de noviembre

ENP 6 "Antonio Caso"

9 de noviembre

ENP 7 "Ezequiel A. Chávez"

16 de noviembre

ENP 8 "Miguel E. Schulz"

23 de noviembre

ENP 9 "Pedro de Alba"

30 de noviembre



Photo por Erik BARRERA

d. CINEDANZA

Presentación de la filmografía del Taller Coreográfico de la UNAM

Objetivo

El objetivo sigue siendo acercar la Danza a los estudiantes de las preparatorias en caso de que las instalaciones no sean las más idóneas para que el Taller Coreográfico se presente en vivo, mostrando de esta manera lo que la compañía puede ofrecer, se llevará a cabo una serie de presentaciones de la filmografía de la Compañía en los nueve planteles del Taller Coreográfico de la UNAM durante nueve fechas.

*¿Te imaginas una función de danza donde no tengas que esperar hasta la tercera llamada?...
pues vívelo!*

El Taller Coreográfico de la UNAM presenta sus mejores obras en video GRATIS!

ENP 1 "Gabino Barreda"
5 de octubre

ENP 2 "Erasmus Castellanos Quinto"
12 de octubre

ENP 3 "Justo Sierra"
19 de octubre

ENP 4 "Vidal Castañeda y Nájera"
26 de octubre

ENP 5 "José Vasconcelos"
3 de noviembre

ENP 6 "Antonio Caso"
9 de noviembre

ENP 7 "Ezequiel A. Chávez"
16 de noviembre

ENP 8 "Miguel E. Schulz"
23 de noviembre

ENP 9 "Pedro de Alba"
30 de noviembre



TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

e. **¡BAILA CONMIGO!**

Clases de los bailarines o coreógrafas del TCUNAM en las preparatorias.

Objetivo

Crear un vínculo tanto de identificación, recordación y afectivo entre la compañía y los jóvenes

Tácticas

-Se realizará acuerdos con cada uno de los directivos de las nueve preparatorias de la UNAM, para poder impartir dos clases de dos horas por preparatoria durante mes y medio aproximadamente con los bailarines y coreógrafas del Taller.-

Dentro de cada clase se deberá dar una explicación práctica de las técnicas que utiliza el TCUNAM, Se hablara sobre la historia y la filosofía del taller, así como de las experiencias que los bailarines y/o coreógrafas del Taller han tenido durante su estancia en la compañía.

-Se procurará el dialogo con los alumnos.

-Se reforzará con difusión de carteles.

TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

*Te invitamos a tomar clases gratuitas con el
Taller Coreográfico de la UNAM en tu escuela!*

Te esperamos de 15:00 a 17:00 hrs

ENP 1 "Gabino Barrada"

El 7 y 9 de Septiembre.

ENP 2 "Erasmo Castellanos Quinto"

El 7 y 9 de Septiembre

ENP 3 "Justo Sierra"

El 7 y 9 de Septiembre

ENP 4 "Vidal Castañeda y Najera"

El 21 y 23 de Septiembre

ENP 5 "José Vasconcelos"

El 21 y 23 de Septiembre

ENP 6 "Antonio Caso"

El 21 y 23 de Septiembre

ENP 7 "Ezequiel A. Chávez"

El 28 y 30 de Septiembre

ENP 8 "Miguel E. Schütz"

El 5 y 7 de octubre

ENP 9 "Pedro de Alba"

El 5 y 7 de octubre



f. ¡¡¡A ESCENA!!!

Concurso de coreografías para presentarse con el TCUNAM

Objetivo

Hacer sentir a los jóvenes que son participes y no sólo espectadores de la compañía.

Tácticas

-Se realizará un concurso de coreografías donde podrán participar jóvenes de los nueve planteles de la Escuela Nacional Preparatoria. Con el objetivo de crear un vínculo entre los jóvenes y el taller.

-Duración aproximada 4 meses.

- El tema es: *Danza en tu idioma con el Taller Coreográfico de la UNAM*

-Las técnicas de danza que se podrán utilizar, son: Danza Clásica, Danza Contemporánea y Jazz.

-Cada coreografía puede contar con un máximo de 15 integrantes y la duración máxima de la música es de 10 minutos.

-Las coreografías serán enviadas en formato DVD a las oficinas del Taller Coreográfico de la UNAM, a la dirección: Insurgentes Sur 3000, Edificio de la Coordinación de Difusión Cultural 1er. Piso, Centro Cultural Universitario, Ciudad Universitaria, Coyoacán, 04510, México, D.F.

-Se anexará una explicación escrita de lo que significa la coreografía y como es que se escogió la música.

-Se elegirán las 10 mejores coreografías y éstas se presentaran cada una en dos funciones del Taller Coreográfico de la UNAM.

-A cada grupo se les otorgará una constancia de participación así como pases para asistir a las funciones dominicales del TCUNAM gratuitamente durante la temporada.

-Se buscará patrocinadores para que proporcionen a los 3 primeros lugares, premios económicos o en su defecto se buscará proporcionar becas para los talleres que imparte la compañía.

CONCURSO DE COREOGRAFÍAS

¡¡¡CELEBRA 40 AÑOS DE EXISTENCIA DEL TALLER COREOGRÁFICO DE LA UNAM Y BAILA CON NOSOTROS!!!

Requisitos:

- Tienes que ser alumno de alguna de las 9 ENP´s de la UNAM
- Las técnicas de danza que podrás utilizar, son: danza clásica, danza contemporánea y jazz.
- Cada coreografía puede contar con un máximo de 15 integrantes y la duración máxima de la música es de 10 minutos.
- Las coreografías serán enviadas en formato DVD a las oficinas del Taller Coreográfico de la UNAM, a la dirección: insurgentes sur 3000, edificio de la coordinación de difusión cultural 1er. Piso, centro cultural universitario, ciudad universitaria, Coyoacán, 04510, México, D.F. Con los siguientes datos:

- Nombre del grupo
- Nombre de quien realizó la coreografía
- Nombre de los integrantes
- ENP de la que proviene
- Correo electrónico
- Explicación del significado de la coreografía y
- Porque escogiste la música .

Proceso:

Se elegirán las 10 mejores coreografías y éstas
Se presentaran cada una en dos funciones del
Taller Coreográfico de la UNAM.

Recepción de coreografías
del 22 de febrero al 23 de abril del 2010

Selección de coreografías
del 4 de mayo al 4 de junio del 2010

Publicación de resultados: 14 de junio del 2010

PREMIOS:

A cada grupo se les otorgará una constancia de participación así
Como pases para asistir a las funciones dominicales del TCUNAM gratuitamente.



TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

g. ¡TE INVITO A QUE ME VEAS!

Promoción de las entradas gratuitas al Taller Coreográfico de la UNAM

Objetivo

Mostrar lo que el taller tiene para ofrecer a los jóvenes.

Tácticas

-La promoción se realizará por medio de las redes sociales antes creadas, así como en el concurso, en las clases y en las presentaciones que realizara la compañía.

-Se seguirá promocionando las entradas gratuitas a las funciones Dominicales durante las funciones del viernes en el Teatro Arq. Carlos Lazo.



!!!GRATIS!!!

h. PASO A PASO CONTIGO

Promoción de los talleres del TCUNAM.

Objetivo

Promover y aumentar la matrícula de alumnos inscritos en los talleres de la compañía y generar sentido de pertenencia de los jóvenes hacia el Taller Coreográfico de la UNAM

Tácticas

-La promoción se realizará por medio de las redes sociales antes creadas, así como en el concurso, en las clases y en las presentaciones que realizará la compañía.

-Se seguirá promocionando las entradas gratuitas a las funciones Dominicales durante las funciones del viernes en el Teatro Arq. Carlos Lazo.

i. ¡LLÉVAME CONTIGO!

Reforzamiento de la identidad Corporativa de la Compañía en su público externo.

Objetivo:

Creación de Postales, Separadores, y Wall papers** de reforzamiento alusivos a los 40 años de existencia del Taller Coreográfico de la UNAM. Y Uso de promocionales como Plumas, calendarios y llaveros.



TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

La versatilidad de sus coreografías nos permite recordar que somos parte de algo más grande que nosotros mismos, que trasciende generaciones, razas y credos.

Melisa Chávez Guerrero,
Facultad de Psicología.



TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

El ser que baila es un ser que irradia luz o energía: a partir de su interior refleja algo más que su carnalidad.

Alberto Dallal.



TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

La danza es el único arte en el que nosotros mismos somos el material del que el arte está hecho.

Ted Shawn.



TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"

Danza no sólo como estética sino como el camino para llegar a lo profundo del espíritu humano.

Gloria Contreras.



Delante

<p>VIERNES</p>	<p>APRENDE A BAILAR Con el Taller Coreográfico de la UNAM</p>	
<p>Teatro Arq. Carlos Lazo de la facultad de Arquitectura. Insurgentes Sur 3000. C.U. Circuito Escolar de Ciudad Universitaria frente al Centro Médico de la UNAM Funciones: 12:30 horas. Entrada libre.</p>	<p>Danza y Controlología para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Informes: 56227095</p>	
<p>DOMINGOS</p>	<p>INFORMES Teléfono: 56226839 info@tcunam.org.mx www.tcunam.org.mx</p>	
<p>Sala Miguel Covarrubias del centro Cultural Universitario Insurgentes sur 3000, C.U. Funciones: 12:30 horas, Precios Populares. Boleto General \$60 Boleto familiar: \$120 para 4 personas 50% de descuento a estudiantes en general y trabajadores de la UNAM; jubilados del ISSSTE, IMSS e INAPAM con credencial vigente.</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	

Detrás

Separadores

VIERNES

Teatro Arq. Carlos Lazo
De la facultad de Arquitectura.
Insurgentes Sur 3000. C.U.
Circuito Escolar de Ciudad
Universitaria
frente al Centro Médico de la UNAM
Funciones : 12:30 horas . Entrada libre.

DOMINGOS

Sala Miguel Covarrubias
Del centro Cultural Universitario
Insurgentes sur 3000, C.U.
Funciones : 12:30 horas ,
Precios Populares .
Boleto General \$60
Boleto familiar: \$120 para 4 personas
50% de descuento a estudiantes en
general
y trabajadores de la UNAM;
jubilados del ISSSTE, IMSS e INAPAM
con
credencial vigente.

APRENDE A BAILAR

Con el Taller Coreográfico de la UNAM

Danza y Coreografía para niños,
jóvenes, adultos y adultos mayores .
Informes : 56227095

INFORMES

Teléfono: 56226839
info@tcunam.org.mx
www.tcunam.org.mx

Detrás



Delante

TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

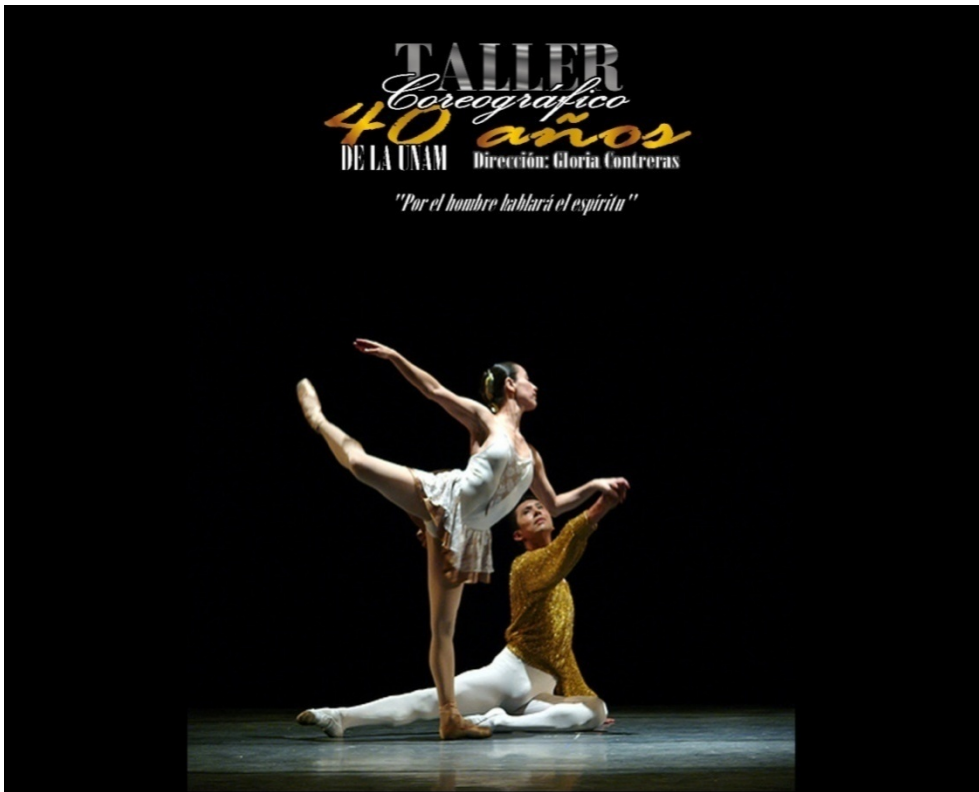
"Por el hombre hablará el espíritu"

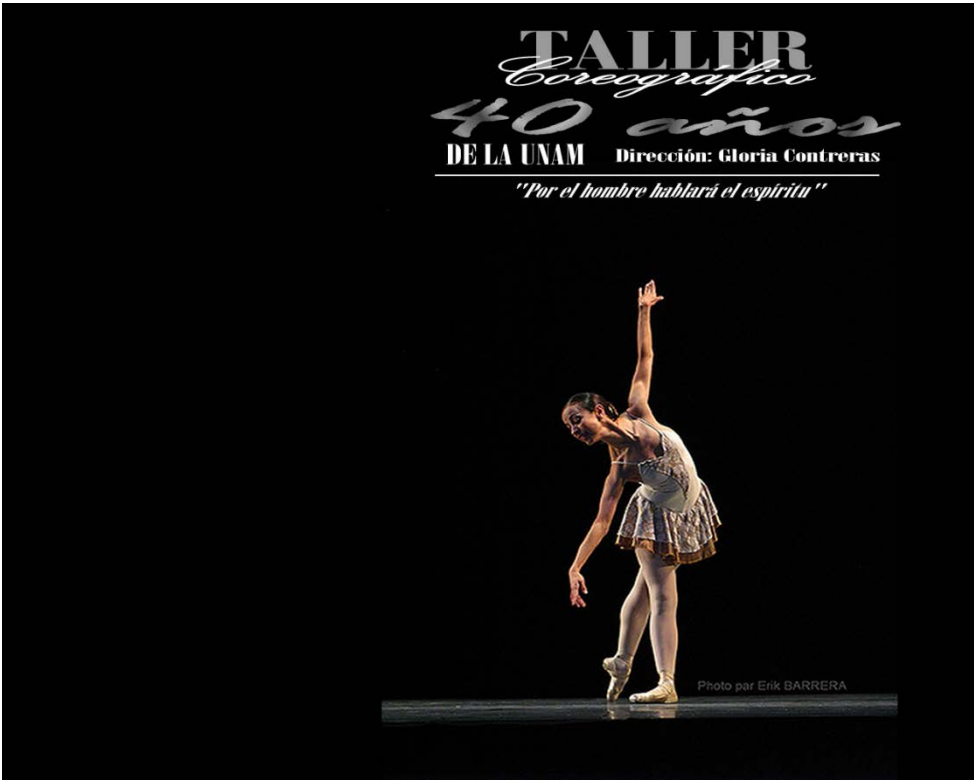


TALLER
Coreográfico
40 años
DE LA UNAM Dirección: Gloria Contreras

"Por el hombre hablará el espíritu"







**** Wall Papers**

-Serán descargables de la página del TCUNAM y enviados por medio de correo electrónico para poder reforzar la imagen de la compañía.

Tanto en la estrategia 7 como la 8 se utilizarán para su diseño frases alusivas al Taller Coreográfico que el Público ha escrito. Para demostrar que es lo que el público piensa de la compañía y así atraer a nuestro público meta.

Es muy importante aclarar que este programa de relaciones públicas fue diseñado para la celebración de los 40 años del TCUNAM, sin embargo las estrategias son vigentes para cualquier temporada de la compañía.

C. CRONOGRAMA

La duración aproximada del proyecto está pensada para llevarse a cabo durante 6 meses.

ACTIVIDAD	ENCARGADO	PERIODO
1.-Realización de encuestas	Karla Ortega	1 SEMANA
2.-Creación de Imagotipo conmemorativo de los 40 años del TCUNAM	Karla Ortega	1 SEMANA

3.-Creación de Redes Sociales	Karla Ortega	2 SEMANAS
4.-Creación de Wall Papers	Karla Ortega	1 SEMANA
5.-Mandar hacer las postales, separadores y Carteles	Ana María Molina	1 SEMANA
6.-Presentaciones del TCUNAM por sus 40 años	Compañía de Danza TCUNAM/ Profesora Gloria Contreras	2 MESES
7.- Presentación Fílmica del TCUNAM	Alejandro Romero	2 MESES
8.- Clase de Danza del TCUNAM	Integrantes del TCUNAM	1 MES
9.-Realización de la Promoción del Concurso	Alejandro Romero	2 SEMANAS

10.-Recepción de Coreografías	Rosalba Hernández	3 MESES
11.-Selección de Coreografías	Profesora Gloria Contreras	1 SEMANA
12.- Publicación de de resultados	Karla Ortega	1 SEMANA
13.-Repartición de las postales, separadores y wallpapers	Departamento de Difusión del TCUNAM	Durante todos los eventos del Taller Coreográfico de la UNAM
14.- Promoción de los Talleres y las Funciones del TCUNAM	TCUNAM	Permanentemente

CONCLUSIONES

Después de analizar, investigar y profundizar en el tema de las relaciones públicas y la comunicación concluyo este proyecto argumentando que dadas las exigencias y necesidades actuales de la sociedad, tanto la comunicación como las relaciones públicas, son dos herramientas fundamentales para lograr los objetivos de cualquier organización.

La importancia de tomar en cuenta lo que pasa dentro y fuera de las organizaciones es que en ellas los seres humanos pasamos aproximadamente 8 horas diarias, de 5 a 6 días a la semana, y nuestro desarrollo individual depende mucho de ellas, a tal grado de dictar nuestra calidad de vida.

La comunicación es un elemento inherente en los seres humanos, es por ello que si se dirige de manera inadecuada dentro de una organización, puede causar desorden e inestabilidad en las relaciones laborales, dándonos como resultado una imagen negativa y la fallida obtención de nuestros objetivos así como, los de la organización.

Por ello es muy importante generar una cultura de comunicación dentro de las organizaciones, ya sea chica, mediana o grande, no debe verse a la comunicación como un gasto, al contrario, un departamento de comunicación representa una inversión para poder tomar decisiones con mayor certeza y plantear objetivos con mayor alcance.

Las relaciones públicas y la comunicación a través de técnicas y actividades planificadas facilitan el flujo de información y comunicación que hay entre la organización y sus diversos públicos, ayudan a fomentar la motivación de los empleados para realizar sus actividades con mayor eficiencia, en un clima laboral favorable y con resultados exitosos.

Por otro lado es importante mencionar que ningún programa de comunicación o relaciones públicas funcionaria si no es por una identidad organizacional definida. La identidad, es aquello que nos caracteriza frente a los demás, nos recuerda constantemente quienes somos, y a donde queremos llegar.

A través de una identidad bien comunicada, no sólo logramos que el personal encamine sus esfuerzos para conseguir los objetivos de la organización, también logramos, un clima laboral de confianza e integración, orgullo y sentido de pertenencia; mientras que al mismo tiempo, nuestro público externo nos identifica y reconoce frente a otras organizaciones, reflejándose así en mayores beneficios sociales y financieros.

La importancia de aplicar las relaciones públicas en esta investigación es que por su naturaleza una compañía de danza, debe contar con un área de relaciones públicas eficiente que le dé pie a la creación de una imagen y una opinión favorable de parte de todos sus públicos, ya que ellos son quienes le dan vida.

Las relaciones Públicas a través de cordialidad, colaboración, simpatía y entendimiento entre sus públicos y miembros logran formar vínculos que ayudan a entender mejor los objetivos y propósitos de la organización, proyectando una imagen favorable.

Por su lado la danza, al igual que los diferentes géneros de arte, ha sido la creación del hombre para poder expresar, su sentir, su pensar y su vivir día a día frente a la sociedad.

Es el lenguaje que rompe con cualquier barrera de comunicación entre idiomas, es la representante de culturas, religiones, costumbres, formas de organización; ha sido parte de conjuros mágicos, ceremonias o simplemente desarrollo artístico.

En México ha sido el medio para acercarnos a las deidades, método de conquista, ritual de cuerpo y alma, mezcla de culturas, manifestaciones prohibidas, muestra de estabilidad social, innovación, medio para asegurar la unidad nacional, mensaje social y revolucionario, espectáculo o simplemente el reflejo de una sociedad cambiante.

El Taller Coreográfico de la UNAM forma parte de todo éste rompecabezas, es la representación de una danza mexicana, no sólo por sus integrantes y fundadora, sino también porque está hecha por el pueblo y para el pueblo.

Las propuestas aquí planteadas tienen el objetivo de reforzar la imagen de la compañía así como, vincularla con sus diferentes públicos para lograr una imagen favorable y una relación estrecha.

En este programa planteo dos tipos de público objetivo, el primero, son todos los integrantes del TCUNAM, ya que ellos serán quienes comuniquen la identidad de la

compañía; y por el otro lado están los jóvenes de 15 a 18 años porque son ellos quienes van empujando hacia un nuevo crecimiento como país.

Las estrategias expuestas en este proyecto fueron basadas en la idea de que ni las organizaciones, ni los entornos son estáticos y si quieren sobrevivir, tienen que ir hacia sus públicos, no esperar a que ellos lleguen solos.

La propuesta se encuentra dividida en dos partes:

La primera se enfoca a la identidad organizacional, ella nos da las bases para poder comunicar lo que es y lo que quiere lograr.

Al proponer estrategias como la formalización del corazón ideológico, el manual de identidad y sus reforzamientos, la compañía logrará tener una identidad organizacional establecida, los empleados tendrán conciencia de cuáles son los objetivos de su trabajo, un clima laboral más tranquilo, sentido de orgullo y pertenencia y, podrán realizar eficientemente sus tareas, al grado de alcanzar mayor rentabilidad y excelencia para la organización.

Por su lado la segunda parte se enfoca a la práctica de las relaciones públicas a través de estrategias como funciones en las escuelas, ciclos de cinedanza, clases con elementos de la compañía, creación de redes sociales, concursos de coreografía, promoción de los talleres y línea de promocionales las cuales mantendrán una relación estrecha y constante con sus públicos, de tal manera que ayudará a la compañía a vincularse de manera más eficiente con su público, logrando así un reconocimiento permanente.

Hace 40 años el Taller Coreográfico se planteo como objetivo poder crear un espacio para el bailarín, público amante de la danza en nuestro país y, un repertorio propio. Lográndolo con mucha satisfacción.

Ahora el Taller Coreográfico de la UNAM tiene como reto mantenerse vigente en el gusto de los jóvenes y acercarlos a la danza.

En este momento no puedo corroborar la hipótesis de que a través del programa de Relaciones Públicas los jóvenes se acercarán a la danza, ya que falta la autorización de la compañía para llevarlo a cabo, sin embargo confío ampliamente en que si las estrategias de éste trabajo se llevan a cabo correctamente podrán obtener el

reconocimiento de su público conformado, el sentido de pertenencia de sus empleados, y la integración de jóvenes a un espacio lleno de danza y cultura mexicana.

Con este proyecto concluyó satisfactoriamente mi ciclo como estudiante e inicio uno nuevo como profesional de la comunicación.

El desarrollo del proyecto me ha permitido reforzar los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera, lo que considero, me permitirá en un futuro no muy lejano demostrar mis habilidades como profesional de la comunicación.

En conclusión puedo decir que confié ciegamente en que la comunicación es un elemento fundamental para la vida de los individuos y de las organizaciones.

Es importante que se considere a la danza no sólo como una actividad de esparcimiento sino, como la expresión artística que comunica, propicia el bienestar social y el desarrollo humano.

Al fortalecer una cultura de la danza, fortalecemos el patrimonio cultural.

La danza está en nuestras tradiciones, nuestra sangre y nuestros rituales, sólo basta voltear a ver a nuestros orígenes donde formaban parte esencial de la vida diaria. ¿Por qué no retomarlo?

La cultura en general crea mejores seres humanos, es por ello, que se le debe de dar la importancia necesaria y establecer vínculos con la educación en cualquier nivel para formar personas pensantes que podrán tomar decisiones favorables para el desarrollo de las sociedades en las que nos encontramos inmersos.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Juan Carlos y Agustina, por su amor y apoyo incondicional durante toda mi vida, no tengo más que agradecerles por sus múltiples atenciones, consejos, preocupaciones, desveladas, por su comprensión ante mis decisiones y locuras, por eso y muchas cosas más que no acabaría de describir...¡GRACIAS!

A Lalo, por ser más que mi hermano, por escucharme, apoyarme, alentarme, por ser cómplice y amigo... gracias por estar ahí siempre. ¡TE ADORO HERMANITO!

A mis abuelos, tíos y primos por su cariño, confianza y apoyo incondicional aunque no pudiera verlos seguido, gracias por estar conmigo en cada paso importante de mi vida.

A Huitzy por compartir tantos momentos (buenos y malos), por tus abrazos en los momentos más indicados, por tus besos azules, por apoyarme, escucharme, consolarme, impulsarme, incluso por regañarme...muchas gracias, gracias por tomarme de la mano y no soltarme...TE AMO.

A mis amigos que se han convertido en mis hermanos, Phanny, Liz, Monse, Miri, Fer, Atenea, Aldair, Ana, Lilian , Carlos y Elisa gracias por cada locura compartida, por cada café, cada palabra de aliento, cada consejo, cada risa, por escucharme y estar ahí siempre que los necesito, ¡GRACIAS!

A los que se han adelantado y me han dejado grandes lecciones de vida gracias Tío Memo por tus palabras y tus enseñanzas, gracias Magui por demostrarme que la sencillez de una sonrisa y una amistad sincera son el mejor regalo que una persona te puede dar...

A los que han pasado por mi vida y no han dudado en utilizar su conocimiento y experiencia para dejarme una gran enseñanza, gracias Héctor, Nidia, Arturo, Migue, Raúl y “Consejo Estratégico” .

Al Taller Coreográfico de la UNAM por apoyarme en este proyecto, en especial a Alejandro Romero y a “Panchito” por esos cafés llenos de sabiduría.

A todos aquellos que entienden y viven en carne propia éste amor por la danza, gracias por su apoyo y sus palabras de aliento.

A la Universidad y el Cuerpo de Sínodos: Alejandra Cabrera, Carlos Ávila, Mónica Amilpas y Alejandra Arrollo por dar siempre su alma y cuerpo no sólo en este proyecto, sino en cada clase impartida, cada recomendación, cada asesoría y a cada Alumno. ¡Ustedes ya tienen pase directo al cielo! ¡Gracias!

Y finalmente GRACIAS especiales al Dr. Sergio Montero por creer en este proyecto, por su apoyo y sus consejos, que más que estudiantiles, han sido lecciones de vida. ¡Gracias por todo!

(SE CIERRA EL TELÓN)

FUENTES

Bibliografía

- ✓ Asti Vera Armando, *Metodología de la investigación*, Buenos Aires, Kapelusz, 1968.
- ✓ Münch Galindo Lourdes, *Métodos y técnicas de investigación*, México, Trillas, 1990.
- ✓ Goode, William Josiah, *Métodos de investigación social*, México, Trillas, 1990.
- ✓ Greenwood, Ernest, *Metodología de la Investigación Social*, Buenos Aires, Paidós, 1973.
- ✓ Lema Héctor Daniel, *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*, Bogotá, Ecoe, 2001.
- ✓ Luna Castillo Antonio, *Metodología de la tesis*, México, Trillas 1996.
- ✓ Dallal Alberto, *Los elementos de la danza*, México, UNAM, 2007.
- ✓ Dallal Alberto, *Estudios sobre el arte coreográfico*, México UNAM, Dirección general de publicaciones y fomento Editorial, 2006.
- ✓ Dallal Alberto, *La Danza en México*, México UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1995.
- ✓ Dallal Alberto, *La Danza en México: Segunda parte*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1989.
- ✓ Dallal Alberto, *La Danza en México: Tercera parte*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1995.

- ✓ Dallal Alberto, ***El aura del cuerpo***, México, DF, UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1990.
- ✓ Dallal Alberto, ***La mujer en la Danza***, México, Panorama, 1990.
- ✓ Dallal Alberto, ***Femina-Danza***, México UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1985.
- ✓ Dirección General de Difusión Cultural, UNAM, ***Taller Coreográfico de la Universidad, 5 años de existencia***, (Fotografías e historia); 1977.
- ✓ Museo universitario de Ciencias y Arte, UNAM, ***10 años del Taller Coreográfico***, 1981.
- ✓ Coordinación de Difusión Cultural, UNAM, ***Taller Coreográfico de la UNAM XX años de existencia*** (Fotografías e historia), 1992.
- ✓ Contreras Gloria, ***Diario de una bailarina***, (epistolario), 1997.
- ✓ Contreras Gloria, ***Contrología Un sistema completo de ejercicios para hombres y mujeres***, Coordinación de Difusión Cultural, 1997.
- ✓ Autores Varios, ***Taller Coreográfico de la Universidad***, Difusión Cultural, sin fecha.
- ✓ UNAM, ***Memoria del Taller Coreográfico de la UNAM 1970-2000***, (Fotografías e historia), 2003.
- ✓ Bernays, Edward, ***Relaciones Públicas***, Trad. E. Sierra, Troquel. Buenos Aires, 1966.
- ✓ Black, Sam, ***ABC de las Relaciones Públicas***, ED. Gestión 2000, España 1994.

- ✓ Boiry, Philippe. **Relaciones Públicas o la estrategia de la confianza**. Ed. Gestión 2000, España, 1998.
- ✓ Cutlip, Scout M. **Relaciones Públicas Eficaces**, Ed. Gestión 2000, España, 2001
- ✓ Gruning, James. **Dirección de Relaciones Públicas**, ED. Gestión 2000. España 2000.
- ✓ Xifra Jordi, **Técnicas de las Relaciones Públicas**, Barcelona, UOC, 2007.
- ✓ Xifra Jordi, **Planificación: Estratégica de las Relaciones Públicas**, Barcelona, Paidós, 2005
- ✓ Wilcox, Dennis L. **Relaciones Públicas Estrategia y Tácticas**, Madrid, México, Pearson Educación, 2006
- ✓ Rojas Orduña, *Relaciones Públicas, la eficacia de la influencia*, Madrid, ESIC, 2005
- ✓ Laerme, Richard, **Relaciones Públicas ataque integral : Consiga que todos hablen de usted, de su negocio y de su producto**, México : McGraw-Hill, 2003
- ✓ Seitel, Fraser P. , *Teoría y practica de las Relaciones Públicas*, Madrid, Prentice Hall, 2002
- ✓ Noguero I. Grau, Antoni., **La función social de las Relaciones Públicas: historia, teoría y marco legal**, Barcelona, Escuela Superior de Relaciones Publicas, EUB, 1995.
- ✓ Bonilla Gutiérrez Carlos, **La comunicación: Función Básica de las Relaciones Públicas**, México, Trillas, 1988.

- ✓ Robinson Edward, **Comunicación y Relaciones Públicas, México**, Continental, 1971.
- ✓ Nielander, William, **Relaciones Públicas: Métodos para crear una imagen atractiva de la empresa**, Barcelona, España, Hispana europea, 1980.
- ✓ Dallal Alberto, **Como acercarse a la danza**, México: Secretaria de Educación Pública; [Querétaro]: Gobierno del Estado de Querétaro; México: Plaza y Valdés, 1988, 154 pág.
- ✓ Baz, Margarita, **Metáforas del cuerpo. Un estudio sobre la mujer y la Danza**, México: UNAM, Coordinación de Humanidades, Programa Universitario de Estudios de Genero, 1996, 243 pág.
- ✓ Razón y Palabra, **La comunicación positiva y el entorno organizacional** numero 4to año, 1 septiembre- noviembre 1996.
- ✓ Informe de labores del Taller Coreográfico de la UNAM, 2001
- ✓ Robbins, Stephen, **Comportamiento Organizacional, Conceptos, controversia y Aplicaciones**, Pearson Educación, 2004 - 675 páginas
- ✓ Audirac, Carlos A., **El ABC del Desarrollo Organizacional**, Trillas, 1994 - 110 páginas
- ✓ Sexton, William, **Teorías de la organización**, Trillas, 1994 - 494 páginas
- ✓ Fernández Collado, Carlos, **La comunicación humana en el mundo contemporáneo**. McGraw-Hill, 2001 - 411 paginas
- ✓ Costa Jhoan, **Identidad Corporativa**, Trillas, 1999 - 125 páginas

- ✓ Manuel Alonso y otros, **Relaciones Públicas. Texto que orienta, guía, define, precisa y explica esta actividad fundamental**, Edamex, 1997. 221 páginas
- ✓ Barquero Cabrero José Daniel y Otros en **Manual de Relaciones Públicas, Publicidad y Comunicación**, gestión 2000, 2005, 662 páginas
- ✓ Gloria Contreras en **Taller Coreográfico de la UNAM**. Dirección General de Difusión Cultural - 1977 - 191 páginas
- ✓ Dallal, Alberto, **La Danza en el Siglo XX**, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994 - 179 páginas
- ✓ Covarrubias Miguel, Guerrero Raúl, y otros. **La danza en México**, Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM, 1995, páginas de la 7- 31.
- ✓ Contreras Gloria, **Contrología Un sistema completo de ejercicios para hombres y mujeres**. Dirección General de Difusión Cultural, Universidad Nacional Autónoma de México, 1980 - 95 páginas
- ✓ Ricardo Homs Quiroga **La comunicación en las empresas**, Grupo Editorial Iberoamérica, 1990 - 148 páginas

Ciber fuentes:

- ✓ <http://www.unam.mx/acercaunam/es/> consultada el 01 de Mayo del 2010
- ✓ <http://www.cultura.unam.mx/?tp=articulo&id=1075&ac=mostrar&Itemid=299&ct=0> consultada el 01 de Mayo del 2010
- ✓ http://www.danza.unam.mx/personaje_pags/gloria_contreras.htm
- ✓ http://www.danza.unam.mx/sat_n_historia.html consultada el 01 de Mayo del 2010
- ✓ http://www.danza.unam.mx/sat_n_mision.html consultado el 01 de mayo del 2010

- ✓ <http://www.efdeportes.com/efd54/danza.htm> consultado el 07 de mayo del 2010
- ✓ http://www.expresiva.org/AFYEC/X007_Comnoverbal_prop_danza.pdf
consultado el 07 de mayo del 2010
- ✓ <http://www.thecrazybug.com/artesescenicas/danza.htm> consultado el 23 de junio del 2010
- ✓ http://www.arts-history.mx/sitios/index.php?id_sitio=372827 Consultado el 20 de Octubre del 2010
- ✓ <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2006/03/04/u-01151487.htm>
Consultada el 21 de Octubre del 2010
- ✓ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/relhumitoiz.htm>
consultada el martes 17 de Mayo de 2011
- ✓ <http://www.academia.org.mx/rae.php> consultada el 17 de mayo del 2011
- ✓ <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2006/03/04/u-01151487.htm>
consultada el 20 del junio del 2011
- ✓ <http://www.unam.mx/acercaunam/es/> consultada el 23 junio del 2011
- ✓ <http://www.cultura.unam.mx/?tp=articulo&id=1075&ac=mostrar&Itemid=299&ct=Oconsultada> el 14 de julio del 2011
- ✓ http://www.danza.unam.mx/sat_n_mision.html consultada el 24 de julio del 2011
- ✓ <http://www.rrppnet.com.ar/rr.pp.htm> consultada el lues 29 de Agosto del 2011.
- <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm> 26 agosto 2011
- ✓ <http://www.rrppnet.com.ar/rr.pp.htm> consultada el 26 de agosto del 2011
- ✓ http://www.cazcarra.com/prensa/la_comunicacion_interna_externa_diferentes_publicos-4.html consultada el 28 agosto 2011
- ✓ http://www.dachary.edu.ar/materias/sociologia/docs/MAPA_TEORIAS_ORGANIZACION_ORIENTACION_EMPRESAS.pdf consultada el 29 de agosto 2011