



Universidad Empresarial Siglo 21

---

# Trabajo Final de Graduación

Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales



## *Comunicación externa en una entidad cultural del Gobierno de Córdoba. Caso: Paseo del Buen Pastor*

ALUMNA:  
Valeria Soledad Durand  
RPI 687

Córdoba, octubre de 2008



## Agradecimientos

- *A mi mamá y a mi papá por darme la vida, por amarme y por esforzarse para brindarme la posibilidad de estudiar esta carrera.*
- *A mi hermana Gabriela por haber crecido conmigo y por ser incondicional.*
- *A Lucas por elegir estar a mi lado en todo este trayecto y por calmar mis ansiedades.*
- *A Pame, Ale, Mario, Nacho y Mauro por darme la tranquilidad de sentirlos siempre cerca.*
- *A Agu, Vane, Guada, Flor, Ana y Pato por ser mis amigas en esta hermosa etapas de Universidad.*
- *A Matilde, Quico, Mariana y Joaquín por hacerme sentir un poco menos lejos de casa.*
- *A María José Villa y Osvaldo Salas por acompañarme y guiarme en este proceso.*
- *A todos los que hicieron que esta etapa de mi vida esté llena de momentos felices e inolvidables.*



## ÍNDICE

	Página
Introducción	5
Tema	7
Justificación	8
Objetivo General	10
Objetivos Específicos de Investigación	10
Objetivos Específicos de Aplicación	10
Antecedentes Generales de la Organización	12
Marco Teórico de Referencia	21
Diseño Metodológico de Investigación	32
Ficha Técnica	32
Operacionalización de variables	38
Análisis e Interpretación de datos	40
<b>PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES</b>	64
Análisis de factibilidad	65
Plan de Relaciones Públicas e Institucionales	67
Programa 1: Empezamos por nosotros	69
<i>Táctica 1: Reuniones internas semanales</i>	69
Programa 2: Te damos lo que querés	73
<i>Táctica 2: Momentos de teatro</i>	74
<i>Táctica 3: Sábados musicales</i>	79
<i>Táctica 4: Domingos de cine</i>	83
Programa 3: El Paseo comunica	87



<i>Táctica 5: Cartelera</i>	88
<i>Táctica 6: Revista de distribución gratuita</i>	93
<i>Táctica 7: Banner de pie quincenal</i>	108
<i>Táctica 8: Blog</i>	112
Programa 4: Vamos a donde estás	116
<i>Táctica 9: Newsletter</i>	116
<i>Táctica 10: Carteleras en universidades</i>	118
<i>Táctica 11: Presencia en Revistas Universitarias</i>	127
Encuesta general de evaluación	131
Evaluación General	135
Diagrama de Gantt	138
Presupuesto	139
Cash Flow	140
Conclusión	141
Bibliografía	143
ANEXOS	145



## INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo sobrecomunicado, en donde es vital para cualquier organización planificar su comunicación de modo tal que le permita diferenciar su mensaje del resto, con el fin de llegar a su público objetivo. En este sentido, las Relaciones Públicas e Institucionales realizan un aporte fundamental, trabajando con la comunicación, adaptándola a las necesidades de la organización y de sus públicos.

El Trabajo Final de Graduación que se presenta a continuación, tiene como temática la Comunicación Externa en el Paseo del Buen Pastor, estudiando la relación entre dicha Institución y los estudiantes universitarios que habitan en el barrio de Nueva Córdoba, elegidos debido a que conforman el entorno inmediato de este paseo cultural. El Paseo hace apenas un poco más de un año que abrió sus puertas (agosto de 2007), es por eso que no cuenta aún con un sistema de comunicación externa que le permita llegar de manera eficiente a sus públicos para contarles acerca de las actividades que allí se realizan y para incentivarlos a asistir.

Podemos dividir al presente trabajo en dos grandes etapas: en la primera, realizaremos una investigación que nos permitirá explorar el conocimiento que el público objetivo tiene actualmente sobre las actividades culturales que se realizan en el Paseo del Buen Pastor. Dentro de esta primera parte, se encuentra el marco teórico, sección en la cual se presentarán el conjunto de teorías en las que nos basamos para el desarrollo del trabajo. Realizaremos además, una presentación de la organización que nos ayudará a comprender la situación actual del lugar.

Por otro lado, presentaremos la metodología que utilizaremos y la justificación de las elecciones realizadas en cuanto al diseño, tipo de investigación, metodología implementada, población escogida, muestras y técnicas muestrales utilizadas. También se presentarán los instrumentos de recolección de datos elaborados. Esta primera parte, culmina con la elaboración de un diagnóstico en el cual describiremos el estado actual de la



comunicación externa entre el Paseo del Buen Pastor y el público objeto de estudio.

En la segunda etapa de este Trabajo Final de Graduación, se presentará un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales desarrollado para eficientizar la comunicación externa entre la organización analizada y los jóvenes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba, público objetivo del presente trabajo. Se desarrollará también un análisis con el fin de evaluar la factibilidad de la ejecución de dicha propuesta.

El Plan incluirá cuatro programas, con sus respectivas tácticas, cuya implementación se realizará entre los meses de noviembre de 2008 y abril de 2009. Presentaremos, además, el presupuesto de este Plan en donde se detallan los costos de cada una de la tácticas, acompañado por un Cash Flow que muestra los egresos distribuidos en los seis meses abarcados. También se presenta un diagrama de Gantt en donde se reflejan los tiempos planeados para el desarrollo de cada una de las actividades necesarias para la correcta implementación de las tácticas.



## TEMA

*Comunicación externa en una entidad cultural del  
Gobierno de Córdoba*

*CASO: Paseo del Buen Pastor*



## JUSTIFICACIÓN

El Paseo del Buen Pastor, es una propuesta cultural del Gobierno de la Provincia de Córdoba que cuenta con apenas un año de existencia. Debido a su corto tiempo de vida, aún no se encuentran optimizados los canales de comunicación externa, impidiendo que muchos de sus públicos lleguen a conocer la variedad de actividades que se realizan en sus instalaciones.

Si bien es cierto que actualmente las propuestas desarrolladas por el Paseo cuentan con amplia concurrencia, es de suma importancia para cualquier organización desarrollar un sistema de comunicación, tanto interna como externa, para asegurar el correcto fluir de los mensajes entre ella y sus públicos.

Teniendo en cuenta que este paseo cultural se encuentra enmarcado en el Barrio de Nueva Córdoba, que es una zona en la que habitan principalmente estudiantes universitarios, es imprescindible poder comunicar a éste público, mostrándoles las propuestas que el lugar ofrece para ellos e invitándolos a concurrir. Es por eso que este trabajo toma como público objetivo a los estudiantes universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba y se estableció como rango etario, el comprendido entre los 18 y 25 años ya que es la edad en la que generalmente los jóvenes realizan sus estudios universitarios.

Para el Paseo del Buen Pastor, es también importante describir cuál es la imagen - actitud que el público objetivo tiene del lugar, saber si los jóvenes consideran que es un espacio para su rango etario, si les agradan las propuestas, si les parece atractivo, entre otras cosas. Este conocimiento es la base para el plan de comunicación externa que propondremos en la última parte de este trabajo, ya que elegiremos distintos caminos de acción según los resultados indiquen que a los jóvenes les gusta el lugar o no.

Por otro lado, es de vital importancia para cualquier organización, conocer las preferencias que sus públicos tienen a la hora de recibir información, para poder, por medio de los canales adecuados, asegurarnos que los mensajes que queremos darles, lleguen de manera efectiva. En





nuestro caso, es también importante conocer las expectativas que los estudiantes universitarios tienen en cuanto a las actividades culturales realizadas en el Paseo del Buen Pastor, con el fin de planificar la realización de dichas acciones en caso de que no sean realizadas, o de proponer nuevos canales para comunicarlás en caso de que ya se estén implementando.

Por estos motivos, el presente trabajo propone analizar el conocimiento que los estudiantes universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba tienen acerca de las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor para, a partir de esta información, poder realizar las acciones necesarias para mejorar este conocimiento, a través de un plan de comunicación externa fundado en datos certeros.

Realizar este trabajo desde las Relaciones Públicas e Institucionales es lo adecuado, ya que ésta disciplina estudia y trabaja para optimizar la comunicación entre una organización y sus públicos. Es necesario que desde nuestra profesión hagamos entender a las organizaciones la necesidad de empezar a planificar estratégicamente las comunicaciones y disminuir las acciones basadas en intuiciones.

En cualquier organización, la comunicación es fundamental para lograr el éxito de su labor, y para realizar un plan de comunicación efectivo es necesario realizar un diagnóstico previo que nos permita conocer con exactitud cuál es el estado actual de la problemática que deseamos trabajar.



### **OBJETIVO GENERAL:**

Eficientizar la comunicación externa entre el Paseo del Buen Pastor y los jóvenes universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba, mediante la implementación de un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, que permita a la organización objeto de estudio, comunicar de manera efectiva las actividades que se realizan en sus instalaciones.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN:**

- Analizar los canales de comunicación externa utilizados actualmente por el Paseo del Buen Pastor.
- Analizar la imagen-actitud que los estudiantes universitarios del barrio de Nueva Córdoba tienen del Paseo del Buen Pastor.
- Identificar los orígenes de la información que llega a los estudiantes universitarios sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor.
- Identificar las fuentes de información y los marcos de referencia por los cuales los estudiantes universitarios reciben la información de las actividades culturales realizadas en el Paseo del Buen Pastor.
- Conocer cuáles son los canales de comunicación externa que los estudiantes universitarios prefieren para informarse.
- Explorar las expectativas que el público objeto de estudio tiene respecto a las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APLICACIÓN:**

- Motivar la asistencia de los jóvenes universitarios a las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor, brindándoles a todos los miembros de la organización información sobre dichas propuestas para que puedan actuar como transmisores.



- Contribuir a aumentar la concurrencia de los jóvenes universitarios a las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor a través de la oferta de actividades de su interés.
- Fomentar, a través de un estilo de comunicación que resulte “atractivo” para los jóvenes universitarios de Nueva Córdoba, la asistencia de este público a las actividades realizadas.
- Generar espacios de intercambio entre el Paseo del Buen Pastor y los jóvenes universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba.



## ANTECEDENTES GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN



El Paseo de Buen Pastor, se encuentra ubicado en el Barrio de Nueva Córdoba, en la Capital de la Provincia de Córdoba. Rodeado por las calles San Lorenzo, Buenos Aires, Hipólito Irigoyen e Independencia y cuenta con 10.396 metros cuadrados. Este lugar, inaugurado el 4 de agosto de 2007, ha sido desarrollado por un equipo de arquitectos con el objetivo de reconstruir la ex cárcel de mujeres, convirtiéndola en un paseo que combina la cultura y la gastronomía. Esta obra fue contratada por el Gobierno de la Provincia de Córdoba y se encuentra enmarcada en la reconstrucción y remodelación de lugares históricos, entre los cuales se encuentran también el Museo Caraffa, el Palacio Ferreira y el Museo de Ciencias Naturales.

El Paseo del Buen Pastor depende de la Secretaría de Cultura de la Provincia de Córdoba. Cuenta con aproximadamente 25 personas que trabajan de manera estable realizando diversas tareas bajo la supervisión del Director del lugar que actualmente es el Lic. Marcos Díaz. Además, aproximadamente 100 personas trabajan en el mantenimiento del parque, limpieza de las instalaciones, seguridad y reparaciones en general, pero pertenecen a empresas que ofrecen dichos servicios de manera tercerizada.



De la antigua construcción que fue ejecutada entre 1897 y 1906 bajo la dirección del arquitecto José Montblanch, sólo queda en pie la capilla que contiene un alto valor patrimonial y arquitectónico. Tras su desacralización fue restaurada para rescatar tanto su planta en cruz griega, como las pinturas murales y cuadros de artistas como Manuel Cardeñosa, Emiliano Gómez Clara y Emilio Caraffa. También se preservó el atrio y las galerías circundantes.

Los pabellones de la cárcel fueron demolidos por su mal estado de conservación y para que se pueda apreciar mejor la imponente arquitectura gótica de la iglesia de los Capuchinos, que se encuentra ubicada frente a una de las esquinas del Paseo y que constituye también, un atractivo turístico de la Ciudad. Se conservó y restauró la fachada original sobre Av. Hipólito Irigoyen con su característico perfil y al costado del templo, se construyó una plaza seca como espacio recreativo y de conexión con los restantes sectores.

El principal atractivo del lugar, es actualmente la fuente de aguas danzantes que en las horas impares (desde las 11 de la mañana y hasta las 23 Hs) brinda un show que por las noches se convierte también en un espectáculo de luces de colores que es apreciado por miles de personas.

La obra tuvo como principal consigna, respetar las formas, colores y materiales originales pero transformando todo aquello que sea necesario para convertir al lugar en un Paseo Cultural. En las ampliaciones, se utilizaron materiales nuevos, estructuras livianas y envolventes transparentes con la intención de remarcar el contraste entre la estructura original y los espacios agregados.

## **HISTORIA**

Procedentes de Francia, la congregación Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor de Angers, llega a Córdoba en el año 1888 y dos años después crea el "Taller de la Sagrada Familia" en el lugar donde actualmente se encuentra el Paseo del Buen Pastor, con el objetivo de proteger y educar a niñas pobres y educarlas en los quehaceres domésticos preparándolas para su inserción en la sociedad.



En 1892, el Gobierno de la Provincia de Córdoba dispone que la Congregación tenga a su cargo la atención y dirección de reclusas de la Cárcel Correccional de Mujeres dependiendo del Ministerio de Gobierno y el auxilio de la guardia de Policía, actividad que suplantó a las actividades que se realizaban en el taller de la Sagrada Familia.

En 1896, ante el crecimiento de las ciudades acompañado por el aumento de la delincuencia, el Gobierno dona a la Congregación un edificio que cumple con los requisitos necesarios para que las monjas puedan desarrollar sus actividades con las reclusas. Un año después, comienza la construcción de la Residencia de la Congregación y Asilo Correccional de Mujeres y Menores.

Recién en el año 1905 queda consagrada la Capilla diseñada por el arquitecto Monblanch y decorada con pinturas de Manuel Cardeñoza y Emiliano Gómez Clara, quienes trabajaban bajo la dirección de Emilio Caraffa. Para el año 1947, el noviciado de la Congregación se traslada a la Casa de Santa Cruz en el barrio de Alta Córdoba y el lugar continúa funcionando como cárcel.

El Buen pastor, fue durante casi cien años una cárcel de mujeres, y desde años previos a la dictadura más cruel que atravesó la República Argentina (1976 - 1983) y durante la misma, albergó a mujeres presas políticas. En Córdoba, la represión se adelantó y fue muy cruda a partir del año 1974, incluso hubo desaparecidos antes del año 1976 que fue cuando el ejercito destituyó a Isabel Perón y comenzó el denominado Proceso de Reorganización Nacional.

Muchas de las presas del Buen Pastor, luego fueron trasladadas a otros centros de detención clandestina e incluso hay desaparecidas. Algunas de ellas, fueron apresadas estando embarazadas y las despojaron de sus hijos una vez que nacieron, robándoles su identidad.

Uno de los hechos más memoriosos en la cárcel del Buen Pastor durante la época de dictadura, fue cuando el 24 de mayo de 1976, veintiséis presas políticas se fugaron del lugar, concretando un plan exitoso del cual salieron



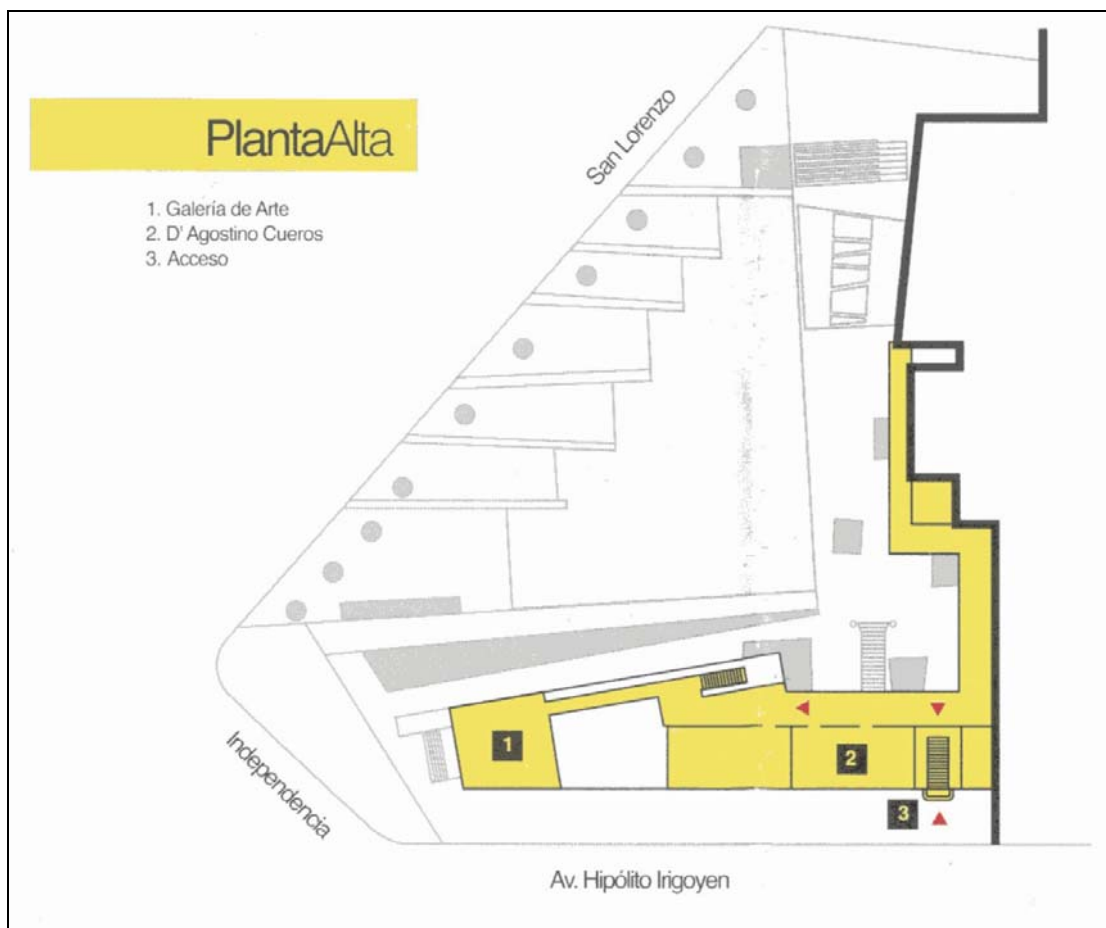
todas con vida, aunque luego nueve de ellas fueron apresadas nuevamente y se encuentran desaparecidas.

Este lugar funcionó como penal hasta principios del segundo milenio, cuando el Gobierno de la Provincia de Córdoba adquiere el espacio una vez que la cárcel de mujeres fue trasladada a la Localidad de Bower. En el año 2001 la capilla se desacraliza, sus esculturas de santos son entregadas a la congregación y se dicta una ley que establece el edificio como bien cultural de la Provincia. Un año después, la Agencia Córdoba Cultura (actualmente denominada Secretaría de Cultura) se hace cargo del espacio y entre los años 2004 y 2007, se ejecuta el proyecto “Paseo del Buen Pastor”, realizado por la Dirección Provincial de Arquitectura a cargo del Arquitecto Héctor Spinsanti.

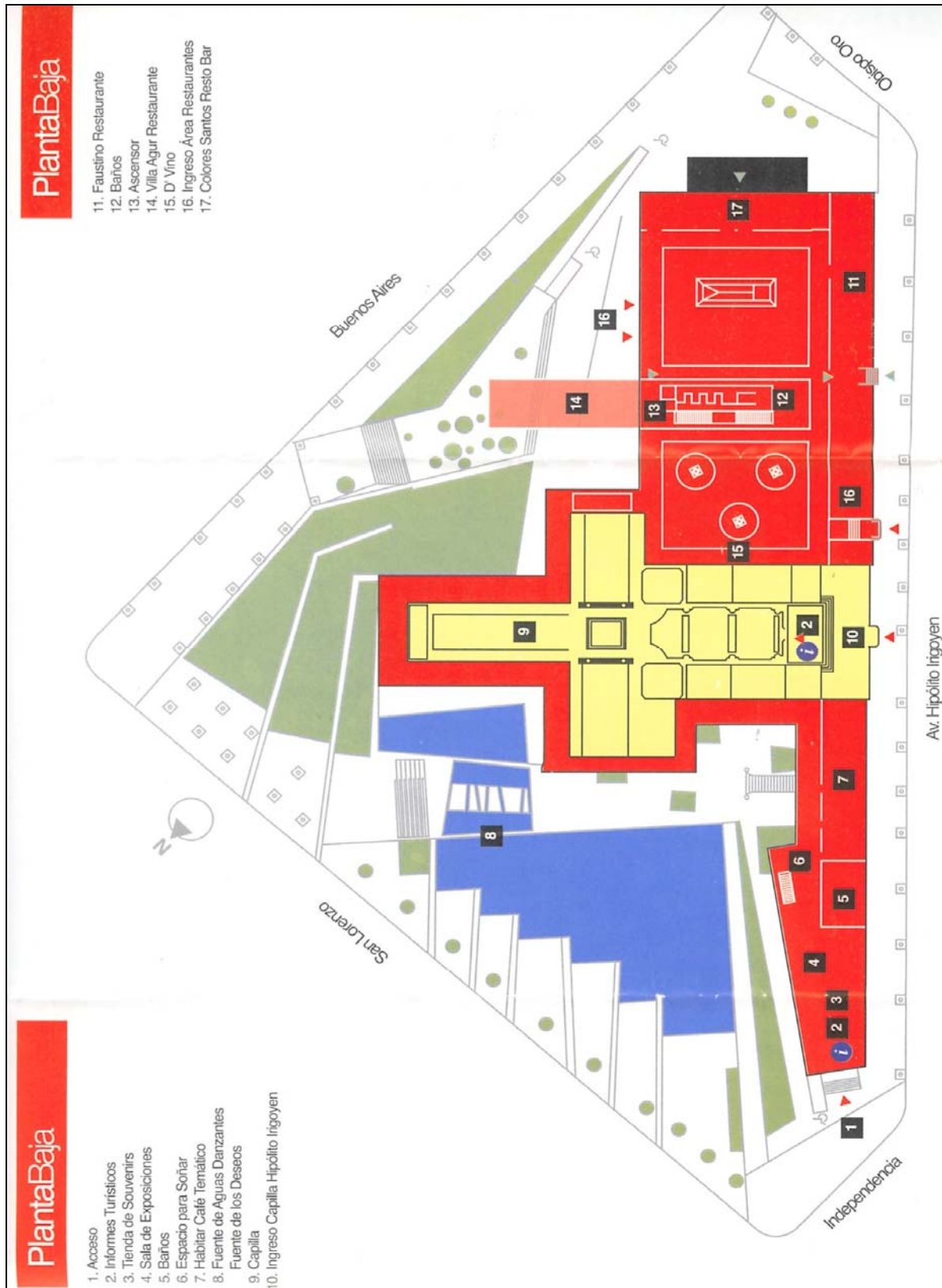
La obra intentó mantener los rasgos originales de aquel lugar ubicado en la manzana asignada por Miguel Crisol al uso religioso en 1886, sin embargo se incorporaron algunos elementos actuales como mobiliario, objetos de decoración, etc.

## **INFRAESTRUCTURA**

El Paseo del Buen Pastor cuenta con dos plantas, cuyos espacios se muestran en los planos que se presentan a continuación:









A partir de la Capilla, que tiene su ingreso principal por calle Irigoyen, se organizan los sectores de actividades públicas. Hacia uno de sus lados, sobre el sector norte, se organiza el Área Cultural que incluye a la misma Capilla; sobre el sector sur, se ubica el Área Recreativa, compuesta por unidades gastronómicas; como tercer área, surge el espacio exterior el cual abarca y articula las dos áreas anteriores y en donde se encuentra ubicada la fuente de aguas danzantes mencionada anteriormente.

### Área Cultural



En el sector norte se encuentran los espacios para la realización de exposiciones de diversas expresiones artísticas, una Oficina de Información Turística y un Café Cultural. Este sector cuenta con varios accesos: por Av. Hipólito Irigoyen, la Capilla, el Patio San José y por calle San Lorenzo, en forma directa, al hall de ingreso. Este último, de doble altura, tiene cerramientos laterales vidriados y cubierta metálica. Se incorporaron sanitarios para personal y público y oficinas administrativas. A su vez, las galerías circundantes están preparadas para funcionar con lugares de exposición.



### Área Recreativa



Sobre el sector sur, se desarrollan actividades gastronómicas divididas en cuatro unidades: un restaurante, un Resto-Bar, un espacio para productos regionales y un restaurante en un nivel superior contenido dentro de un tubo sobreelevado implantado en el centro de los patios.

El espacio gastronómico, cuenta con dos patios centrales: El Patio de Ingreso y el Patio de la Fuente. Ambos, conservan las columnas originales que, junto a los sectores de las galerías perimetrales, fueron restaurados y refuncionalizados.

### Espacio Exterior



En su parte posterior se organiza la apertura de un gran espacio que permite visualizar la Iglesia de los Capuchinos, conformado por una gran



fuentes de aguas danzantes, espejos de agua, solados, espacios verdes con bancos para la recreación. Este espacio, es adoptado por los jóvenes como lugar de encuentro, propicio para compartir un mate o tocar la guitarra.

Una de las atracciones que ofrece el Paseo Buen Pastor es la ya mencionada fuente de aguas danzantes ubicada en la parte exterior del complejo, que es única en su tipo por presentar un desarrollo lineal de 40 metros de efectos especiales sincronizados de agua, música e iluminación. El espectáculo, que se brinda diariamente, tiene una duración de 10 minutos al ritmo de temas musicales de Lito Nebbia, Freddy Mercury y Vivaldi, entre otros.





## MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

### COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

Para comenzar a enmarcar teóricamente el presente trabajo, es necesario que partamos de la definición misma de comunicación. A través del tiempo, el concepto ha adoptado diversos significados que han ido variando debido a los desarrollos que se han alcanzado. Una definición sencilla pero completa sobre este término, es la expuesta por Scheinsohn:

“En su concepción más simple, se denomina comunicación al proceso que se configura a partir de la transmisión de información de una o varias personas a otra u otras distintas. La comprensión es la única prueba útil acerca del buen resultado del acto comunicacional. Si el mensaje es comprendido por el destinatario, la comunicación ha sido exitosa. En caso contrario, la comunicación habrá sido fallida”. (Scheinsohn, 1998: 57)

Dentro del amplio concepto de Comunicación, nuestro trabajo se centrará en la Comunicación Corporativa, definida como “la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos” (Capriotti, 1999:1). Desde esta definición podemos decir que la comunicación corporativa es todo aquello que una empresa hace o dice sobre sí misma y es percibido por sus públicos. Siguiendo los conceptos aportados por la Escuela de Palo Alto, podemos agregar que las organizaciones siempre comunican, lo deseen o no, lo sepan o no. Es imposible no comunicar, ya que se transmite información no solo a través de canales formales sino también por medio del comportamiento de los empleados, de las instalaciones de la organización, y hasta el hecho mismo de no querer comunicar nos está diciendo algo.

Según Capriotti (1999), la Comunicación Corporativa responde a premisas que deben tenerse en cuenta a la hora de planificar la comunicación en una organización y que tomaremos como guía durante el desarrollo del presente trabajo:



1. Todo comunica: no solo lo planificado comunica. Por el contrario, una organización comunica todo el tiempo mediante el desarrollo de su actividad cotidiana, la limpieza, los aromas, y otros tantos aspectos, más allá de que no sean planificados como la publicidad o las campañas de Relaciones Públicas e Institucionales.

2. La comunicación corporativa es generadora de expectativas: todas las acciones comunicativas que realice una empresa transmiten qué es lo que se puede esperar de una determinada organización. Tener en cuenta estas expectativas, es fundamental para realizar actividades que tiendan a cumplirlas y, de este modo, lograr la satisfacción de los públicos.

3. La comunicación corporativa debe estar integrada: la organización no debe comunicar por separado en cada acción realizada, si no que todas sus acciones deben estar planificadas para cumplir el mismo objetivo general de comunicación, teniendo todas las áreas (Relaciones Públicas e Institucionales, Publicidad, Marketing, etc.) el fin de satisfacer necesidades detectadas en sus públicos.

Dentro del amplio ámbito de la comunicación corporativa, encontramos a las Relaciones Públicas e Institucionales, disciplina que tiene como objetivo generar un vínculo armonioso entre una organización y sus públicos a través de la gestión de la comunicación. Una de las definiciones más modernas es la aportada por Long y Hazelton quienes manifiestan que las Relaciones Públicas son “una función directiva de comunicación a través de la cual las organizaciones se adaptan, alteran o mantienen su entorno con el propósito de lograr las metas de la organización” (cit. en Wilcox, Cameron y Xifra, 2006:8).

Es importante considerar a las Relaciones Públicas como un proceso, es decir como una serie de acciones o funciones que se implementan para llegar a un objetivo deseado. Siguiendo a Wilcox, Cameron y Xifra, podemos decir





que este proceso se compone de cuatro elementos clave que son la investigación, la acción, la comunicación y la evaluación. Es importante aclarar que las Relaciones Públicas, pueden ser aplicadas a diversos ámbitos como las empresas, el turismo, el deporte, la política, etc.

## ORGANIZACIÓN, PÚBLICOS Y SU VÍNCULO

Como dijimos anteriormente, las Relaciones Públicas e Institucionales trabajan sobre el vínculo entre una organización y sus públicos. Tomando como referencia a Bartoli (1992), podemos decir que una organización es un conjunto de personas con diversas habilidades que se interrelacionan para conseguir un objetivo común que no podrían lograr si no fuera por la sinergia de la actividad conjunta.

Por su parte, el concepto de públicos, ha sido trabajado por diversos autores. A continuación presentaremos algunas definiciones que exponen de manera clara lo que entendemos por públicos:

“Denominamos públicos en relaciones públicas a aquel agrupamiento humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias, cuya categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional.” (Avilia Lammertyn, 1997: 129)

Siguiendo a Scheinson (1997), podemos decir que los públicos no tienen existencia real, son agrupaciones artificiales elaboradas por las organizaciones con el objetivo de lograr eficacia en las comunicaciones que se establecen con cada uno de ellos.

Es importante destacar lo vital que resulta para una organización mantener un vínculo armonioso con sus públicos y trabajar para satisfacer sus expectativas y necesidades. Debido a que el vínculo es dinámico, se debe trabajar de manera continua sobre él. El vínculo será más armonioso cuanto mas conozca una organización las características de sus públicos en cuanto a ubicación, gustos, necesidades, entre otros aspectos.



Siguiendo a Avilia Lammertyn (1997), podemos decir que los públicos pueden ser separados en tres grandes grupos teniendo en cuenta factores como la proximidad, pertenencia o intereses para con el objetivo de la organización:

**Públicos Internos:** Se refiere al personal, a todas las personas que trabajan para una determinada organización de manera estable. El autor los define del siguiente modo:

“Llamaremos internos a los grupos de interés que están estrechamente vinculados a los designios de la organización, que se encuentran compenetrados fuertemente con su misión específica y que integran su plantilla de colaboradores permanentes”. (Avilia Lammertyn, 1997: 130)

**Públicos Externos:** son “grupos de personas que, si bien no pertenecen a la organización, se vinculan a ella por algún interés común”. (Avilia Lammertyn, 1992:190)

**Públicos Mixtos:** son los que “si bien no están estrechamente vinculados a los designios de la organización, tienen cercana relación con su misión específica, aunque no integran su plantilla de colaboradores permanentes” (Avilia Lammertyn, 1992: 130). Es decir, son públicos cuyo nivel de relación con la misión de la organización no es tan cercano como el de los públicos internos, pero está mas cerca que el de los externos. Dentro de este grupo se encuentran proveedores, revendedores, delegados sindicales, etc.

En todo plan de comunicación que se desee desarrollar, la organización debe conocer quiénes van a ser los receptores de sus comunicaciones, ya que son el elemento fundamental de todo el proceso porque, a partir del conocimiento que se tenga de los mismos, se decidirá la creatividad, las técnicas y los medios, en definitiva, todo el plan. Por lo tanto, el conocimiento del público objetivo se convierte en un elemento fundamental para asegurar el éxito de la comunicación.





## COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación corporativa, puede ser separada según los públicos a los cuales se dirija, en dos grandes grupos: comunicación externa y comunicación interna. La primera de ellas puede ser definida como “el apartado de la Comunicación Corporativa que trabaja en la gestión de la imagen que nuestra empresa quiere mostrar al mercado o a la sociedad, con la idea de que tal gestión se traduzca en resultados” (Castro, 2007:19)

Como se puede observar, la comunicación externa está ampliamente vinculada al concepto de imagen, definida por Capriotti como la “representación mental de un estereotipo de un objeto, organización, persona o acontecimiento, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información acerca de aquellos” (Capriotti, 1992: 25). El autor mencionado anteriormente, señala tres componentes fundamentales de la imagen-actitud:

1. El componente cognitivo: hace referencia al modo en que una cosa es percibida. Son las ideas que se tienen sobre algo.
2. El componente emocional: se refiere a “los sentimientos que provoca una cosa, persona u organización al ser percibidas.” (Capriotti, 1992:25)
3. El componente conductual: “es la predisposición a actuar de una manera determinada ante una cosa, persona u organización.” (Capriotti, 1992:26)

Nos adentraremos ahora en la comunicación externa, núcleo del presente Trabajo Final de Graduación.

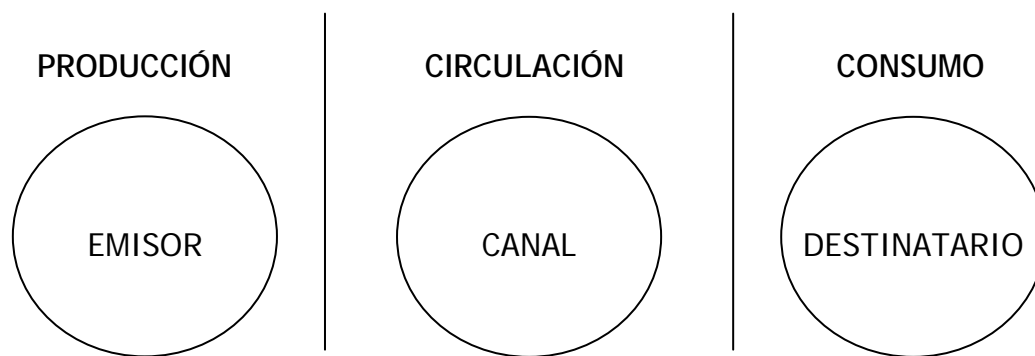
## PROCESO DE COMUNICACIÓN

Capriotti propone un modelo de comunicación corporativa que es el que adoptaremos. “Un modelo es básicamente una representación esquemática y



abreviada de un hecho, que pretende describir y explicar su naturaleza, estructura y funciones". (Capriotti, 1992: 77). Si bien es una simplificación que no describe de manera exacta la realidad, nos ayuda a guiarnos en el proceso de investigación.

El modelo que propone Capriotti para explicar el proceso de comunicación organizacional es el siguiente:



(Capriotti, 1992: 77)

La fase de Producción, es en la cual se elabora el discurso. "El emisor en la comunicación organizacional es la organización como tal, como sujeto social, (...) es un emisor que habla de si mismo, con la intención de llegar a sus diferentes públicos - receptores". (Capriotti 1992: 74)

En cuanto a la segunda etapa, la de Circulación, podemos decir que es la que estudia el proceso de transmisión del discurso que elabora el emisor para el receptor.

La tercera y última etapa de éste modelo es la de Consumo, es decir, el momento en el cual el destinatario recibe el mensaje. A este receptor "la comunicación organizacional lo considera no como un receptor único, sino múltiple, denominados "públicos", cada uno de ellos con características propias y diferenciadas, que deben ser tratados individualmente. (Capriotti, 1992:74)

Si bien a través del modelo propuesto por Capriotti estudiaremos el proceso por el cual una organización llega con un mensaje a sus públicos, es



de suma importancia remarcar el carácter bidireccional de la comunicación, ya que si solo contemplamos un sentido de este proceso nos limitamos a la simple transmisión de información, y no al diálogo entre las partes que es el objetivo de la comunicación.

También es importante agregar que no se logra ninguna comunicación si el emisor y el receptor no comparten un lenguaje común. Es por eso que tiene vital importancia para las organizaciones conocer el lenguaje de cada uno de sus públicos para poder compartirlo en los mensajes.

Debido a los objetivos planteados en éste proyecto, pondremos especial énfasis en las fases de circulación y consumo.

## CIRCULACIÓN Y CANALES

La fase de circulación consiste en “la transmisión del discurso desde la organización hacia el destinatario” (Capriotti, 1992: 80). Esta fase, engloba a todos los canales que un mensaje utiliza para llegar desde el Emisor hasta el Destinatario. Según la definición de Avilia Lammertyn, “El canal (...) es un instrumento por el cual el emisor se conecta con un grupo de interés no próximo entre sí”. (Avilia Lammertyn, 1992:142).

Capriotti hace un interesante aporte al estudio de los canales utilizados en la Comunicación Organizacional cuando afirma que “El canal en la comunicación organizacional es un canal multimedia a nivel de las formas de comunicación. No solo utiliza diferentes medios de comunicación masivos, sino que también utiliza medios de comunicación grupales y personales.” (Capriotti, 1992:74). Siguiendo este concepto, podemos decir que la comunicación que establece una organización con sus públicos externos, no se realiza únicamente a través de los medios masivos de comunicación, sino que por el contrario utiliza otros canales como los micro media y el contacto directo:

- **Mass media:** “son aquellos que se utilizan para difundir el discurso a nivel general y no específico. Son medios técnicos, unidireccionales,



impersonales". (Capriotti, 1992:80). Es posible incluir dentro de este grupo a la televisión, la radio o los periódicos.

- **Micro Media:** "son los que permiten un contacto directo entre la organización y el destinatario, pero que también implican el uso de la técnica. Son de carácter bidireccional, selectivos, directos y generan una mayor implicación psicológica del destinatario" (Capriotti, 1992: 80 - 81). En éste grupo de canales, podemos incluir a los mails, cartas, teléfono, Chat, etc.

- **Contacto Personal:** "es el contacto directo sin la intervención de ningún medio técnico. (...) Provocan una implicación psicológica muy fuerte y duradera en el destinatario". (Capriotti, 1992: 81). Se pueden incluir aquí la atención al público, las entrevistas o las visitas guiadas.

## CONSUMO Y DESTINATARIOS

La fase de consumo, es el momento del proceso de comunicación en la cual el destinatario recibe el mensaje que fue producido por el emisor. El destinatario es activo en el proceso de comunicación y no pasivo como se lo consideraba en las primeras investigaciones. Un mensaje termina de constituirse como tal en el momento en que el destinatario lo recibe y lo interpreta.

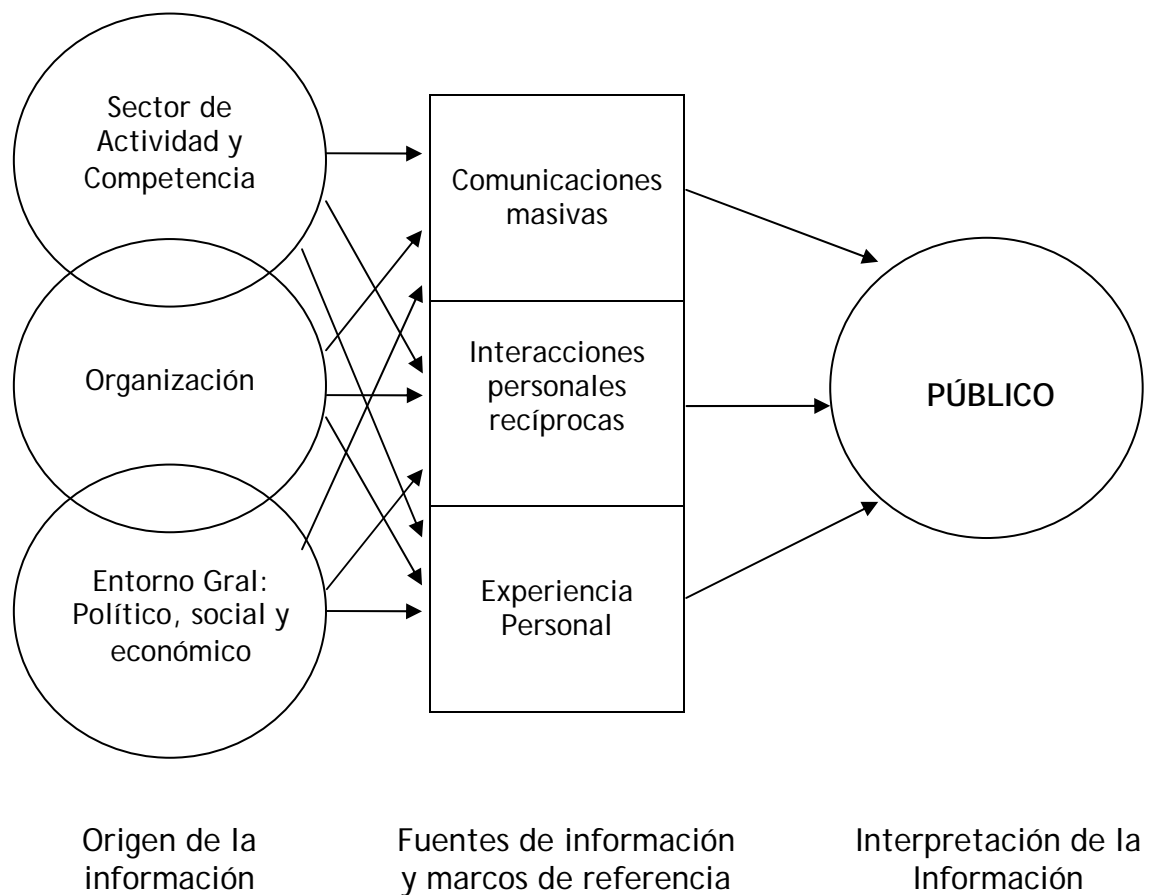
Con respecto a éste punto, Capriotti nos dice que a la hora de hablar de la información que le llega a los públicos sobre una determinada organización, es conveniente hacer una diferencia entre los dos siguientes aspectos:

1. **"Los orígenes de la información,** hace referencia a quién es el productor de la misma, y que pueden ser la organización misma, el sector de actividad de la organización o el entorno social, político, económico, etc.



2. Las fuentes de información y marcos de referencia de los públicos:  
“son aquellos que transmiten información o dónde los públicos pueden obtenerla, para su posterior interpretación. Estos actúan también como filtros de la información” (Capriotti, 1992: 55)

Capriotti (1992), diagrama esta diferenciación de la siguiente manera:



(Capriotti, 1992: 55)

Si bien analizaremos los orígenes de la información, prestaremos especial atención a las fuentes de información y marcos de referencia.

Siguiendo el cuadro propuesto por Capriotti, podemos ver que las personas reciben información de diferentes ámbitos que son básicamente tres:



**Ámbito de las comunicaciones masivas:** pertenecen a éste grupo todos los mensajes que la organización envía a sus públicos mediante los medios de comunicación masiva tales como la radio, la televisión o los diarios. Sin embargo, es importante aclarar que también se incluyen en éste grupo, los mensajes que son transmitidos por los medios masivos sobre nuestra organización pero cuyo origen se encuentra en organizaciones competidoras, del sector, o incluso aquellos mensajes que a pesar de ser de carácter general, influyen la actividad de una organización.

**Ámbito de las interacciones recíprocas:** éste ámbito cobra cada vez mayor relevancia en el estudio de la comunicación y tiene sus orígenes en los estudios realizados por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet que dieron como resultados la teoría del "Two Step Flow". Ésta teoría explica el proceso por el cual la información llega a los líderes de opinión y éstos son los responsables de transmitirla a sus grupos. Luego de ésta investigación, se han realizado muchas otras que llegan a diversas conclusiones pero que demuestran la importancia de éste ámbito. En palabras de Capriotti: "la interacción personal marca, enmarca, limita o expande las posibilidades interpretativas de los miembros de un público". (Capriotti, 1992: 57)

**Ámbito de la experiencia personal:** se refiere a los contactos directos y personales que los públicos realizan con la organización. "El campo de la experiencia personal es bidireccional, porque tanto la organización como los miembros de los públicos tienen la posibilidad de emitir y recibir mensajes (...), es directa, ya que no intervienen medios técnicos (...) y es emocional, pues los individuos se implican fuertemente". (Capriotti, 1992: 58).

Los tres campos están integrados e interaccionan entre ellos, sin embargo, es necesario identificar de cuál de estas tres fuentes reciben la información los públicos, debido a que no tienen la misma importancia. Son más influyentes en la percepción de una persona, los ámbitos de interacción personal y de experiencia propia que el de los medios masivos.



## OBJETIVOS DEL PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

Siguiendo a Grunig (cit en Wilcox, Cameron y Xifra, 2006), podemos decir que el comunicador cuando implementa su plan puede tener uno de los siguientes cinco objetivos:

1. Exposición del público al mensaje: consiste en lograr que el mensaje llegue al público objetivo por diversos canales que se planifican para tal fin.
2. Difusión precisa del mensaje: lograr que la información que se transmite a través de todos los canales sea precisa.
3. Aceptación del mensaje: consiste en alcanzar el objetivo de que el receptor del mensaje acepte su validez.
4. Cambio de actitud: el público adopta el compromiso de cambiar su actitud luego de la recepción y aceptación del mensaje.
5. Cambio del comportamiento explícito: no solo adopta el compromiso, sino que efectivamente cambia su actitud.

Si bien es cierto que un comunicador debe tener como objetivo alcanzar los anteriores cinco objetivos cuando implementa un plan de comunicación, es importante aclarar que los últimos tres responden no solo a lo que el comunicador puede manejar a través de su mensaje sino a una combinación de variables que se deben presentar para alcanzarlos. En el presente trabajo intentaremos alcanzar, mediante un plan de Relaciones Públicas basado en la comunicación externa, los primeros dos objetivos. Sin embargo, y como consecuencia de la implementación de dicho plan, también intentaremos lograr la aceptación del mensaje por parte de nuestro público.



## DISEÑO METODOLÓGICO

### FICHA TÉCNICA

#### DISEÑO:

- De campo

#### TIPO:

- Exploratorio - Descriptivo

#### METODOLOGÍA:

- Cualitativa - Cuantitativa

#### TÉCNICAS:

- Observación guiada
- Entrevistas en profundidad (exploratorias)
- Encuestas
- Entrevista en profundidad al Director del Paseo del Buen Pastor: Lic. Marcos Díaz

#### INSTRUMENTOS:

- Guía de observación - Observación
- Guía de pautas - Entrevistas en profundidad
- Cuestionario - Encuesta
- Guía de pautas, entrevista al Director del Paseo del Buen Pastor

#### POBLACIÓN:

Estudiantes universitarios de ambos sexos que vivan en el Barrio de Nueva Córdoba, cuyas edades estén comprendidas entre los 18 y los 25 años y que asistan a la Universidad Católica de Córdoba (UCC), Universidad Siglo 21 (UES 21), Universidad Blas Pascal (UBP) o Universidad Nacional de Córdoba (UNC).





#### MUESTRA:

Entrevistas en profundidad: se realizarán 6 entrevistas a unidades de análisis que reúnan las características de la población.

Encuestas: 100 individuos distribuidos de manera proporcional entre las cuatro universidades según la cantidad de alumnos total que posea cada casa de estudios

#### TÉCNICA MUESTRAL:

- No probabilística - casual o incidental (entrevistas en profundidad exploratorias)
- No probabilística - por cuotas (encuesta)

#### DISEÑO:

El presente trabajo es fundamentalmente de campo ya que los datos necesarios para nuestro análisis serán recogidos directamente de la realidad mediante las entrevistas, encuestas, observación guiada y entrevista en profundidad al Director del Paseo del Buen Pastor.

#### TIPO:

La presente investigación será de tipo exploratoria - descriptiva. El tipo exploratorio se utiliza principalmente cuando se conoce poco sobre una determinada cuestión de interés. "Responde a la necesidad de lograr claridad sobre la naturaleza del problema o de alguna de las variables o aspectos en él implicados, buscando lo nuevo por sobre la confirmación de lo que ya sabemos". (Vieytes, 2004: 90)

En el presente proyecto utilizaremos este tipo de investigación para conocer las variables con las cuales armaremos el cuestionario que utilizaremos para relevar datos en la muestra seleccionada mediante la aplicación de la encuesta. Además, exploramos también los documentos previos sobre el Buen Pastor, como así también realizamos entrevistas que nos permitan obtener información que no teníamos.



Realizaremos además, investigación de tipo descriptiva, utilizada básicamente para medir, es decir, para conocer de manera exhaustiva el estado de un determinado problema. En nuestro caso nos valdremos de la descripción para medir el conocimiento que los estudiantes universitarios tienen acerca de las actividades culturales realizadas en el Paseo del Buen Pastor. Este tipo de investigación describe de manera cuantitativa a través de diversas técnicas que utilizaremos tales como la encuesta y la observación. Para realizar estudios descriptivos es sumamente necesario contar con mucho conocimiento previo acerca del problema a investigar y eso lo logramos a través de un proceso exploratorio previo.

#### **METODOLOGÍA:**

La metodología puede ser dividida en dos grandes grupos: cualitativa y cuantitativa. Ambos tipos serán utilizados en el presente Proyecto. Siguiendo a Rut Vleytes (2004), podemos decir que la investigación cualitativa tiene entre otras características la utilización de técnicas de recolección de datos abiertas y que el muestreo es intencional. En cuanto al primero de los puntos, en nuestro Proyecto utilizaremos las entrevistas en profundidad con preguntas abiertas sobre un grupo de personas para establecer las variables y categorías de respuestas que utilizaremos luego para desarrollar nuestro cuestionario, es decir intentaremos a través de la entrevistas ver cuál es la perspectiva de los propios sujetos a investigar acerca de nuestro problema de estudio. Con respecto al segundo punto podemos ver que las personas seleccionadas para realizar estas entrevistas son elegidas de acuerdo a la posibilidad que tenemos de acceder a ellas.

Utilizaremos metodología cuantitativa mediante la aplicación de encuestas que nos permitan llegar a conclusiones mediante el análisis de los datos recogidos. En éste caso queremos describir el conocimiento que los estudiantes universitarios tienen acerca de las actividades culturales realizadas en el Paseo del Buen Pastor.



## TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

Utilizaremos básicamente las tres técnicas descriptas a continuación:

- **OBSERVACIÓN:** esta técnica nos permite ver de manera directa el estado de un determinado problema. En nuestro caso utilizaremos la observación para relevar los canales de comunicación que actualmente está utilizando el Paseo del Buen Pastor en sus instalaciones. La observación puede ser guiada por métodos que permiten registrar los datos que necesitamos de manera exhaustiva. Uno de los instrumentos, y el que escogemos para esta investigación, es la guía de observación que señala de manera sistemática cuáles son los elementos a observar.
- **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD:** “Un plan de entrevistas semiestructuradas consiste en el diseño, implementación y análisis de una pauta de entrevista a un grupo considerable de entrevistados con el objetivo de obtener respuestas a preguntas abiertas comparables entre si” (Vieytes, 2004: 503). Utilizaremos este tipo de entrevistas en un grupo de 5 personas que pertenezcan a la población objeto de estudio con el fin de establecer las variables que nos ayudaran a elaborar el cuestionario que utilizaremos para realizar las encuestas a una muestra de 100 personas. A cada una de las 5 personas, se le harán la misma serie de preguntas abiertas para que ellos mismos con sus respuestas nos den las variables a considerar. Siguiendo a Vieytes (2004), podemos decir que la principal ventaja de la entrevista es que nos permite obtener información contextualizada en palabras de los propios entrevistados. Las entrevistas serán realizadas de manera individual. Utilizaremos además esta técnica para entrevistar al Director del Paseo del Buen Pastor, Lic. Marcos Díaz.
- **ENCUESTA:** “Sus resultados permiten el tratamiento estadístico, y por ello contribuyen con sus procedimientos de muestreo, análisis e interpretación de los datos, a obtener mediciones precisas” (Vieytes, 2004: 326). En nuestro caso utilizaremos las encuestas para describir el conocimiento que los estudiantes tienen sobre las actividades culturales del Paseo.



## POBLACIÓN:

La población objeto de estudio en el presente Proyecto de Aplicación Profesional es definida de la siguiente manera: Estudiantes universitarios de ambos sexos que vivan en el Barrio de Nueva Córdoba, cuyas edades estén comprendidas entre los 18 y los 25 años y que asistan a alguna de las siguientes universidades:

- Universidad Católica de Córdoba (UCC)
- Universidad Siglo 21 (UES 21)
- Universidad Blas Pascal (UBP)
- Universidad Nacional de Córdoba (UNC)

## MUESTRA Y TÉCNICA MUESTRAL:

Debido a que para los fines de éste Proyecto de Aplicación Profesional el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso, utilizaremos un método de selección de la muestra no representativo, es decir que no todos los sujetos de la población tienen iguales posibilidades de ser elegidos como unidad de análisis. Si bien los métodos no probabilísticos no permiten realizar generalizaciones exactas de los resultados obtenidos de la muestra a la población, los utilizaremos debido a las restricciones anteriormente expuestas. A continuación presentaremos los tipos de muestreo seleccionados para la aplicación de cada una de las técnicas de investigación:

- Casual o incidental:

Utilizaremos este tipo de muestreo para seleccionar a las personas a las que les realizaremos las entrevistas en profundidad que no permitirán acceder a las variables que incluiremos en los cuestionarios de las encuestas. Consiste en utilizar a los individuos a los que se tiene fácil acceso.



- Por Cuotas:

Utilizaremos esta técnica de muestreo para la realización de las encuestas: “se fijan cuotas, que consisten en un número de individuos que reúnen determinadas condiciones. (...) una vez determinada la cuota se eligen los primeros que se encuentren que cumplan esas características”. (Vieytes, 2004: 403) La muestra establecida para la presente investigación es de 100 unidades de análisis distribuidas de manera proporcional entre las 4 universidades (cuotas) mencionadas en la definición de la población. De este modo podemos ver en el siguiente cuadro la distribución de las personas por universidad según la cantidad total de alumnos que asistan a dichas casas de estudios:

UNIVERSIDAD	Cantidad aprox. de alumnos	Porcentaje	Unidades de análisis
UNC	113.000 (aprox.)	86 % (aprox.)	86
UES 21	4.000 (aprox.)	3% (aprox.)	3
UCC	7.500 (aprox.)	6% (aprox.)	6
UBP	6.000 (aprox.)	5% (aprox.)	5
TOTAL	130.500 (APROX.)	100 %	100

(Andrián, 2005:41)



## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA
Paseo del Buen Pastor	Imagen-actitud	- Componente cognitivo	- Qué saben sobre la organización - Qué ideas tienen sobre ella	- Entrevistas exploratorias - Encuestas
		- Componente emocional	- Qué aspectos de la organización le agradan - Qué aspectos de la organización no les agradan	
		- Componente conductual	- Predisposición a asistir	
		- Expectativas generadas sobre las actividades	- Actividades que le gustaría que se realicen	
	Información acerca de las actividades del Paseo del Buen Pastor	Canales actuales	- Presencia o ausencia - Cantidad - Material - Ubicación - Organización y claridad de la información - Relación canal - información	- Observación - Entrevista a Marcos Díaz
		Orígenes	- Sector de actividad y competencia - Organización - Entorno en general	- Entrevista a Marcos Díaz



		Fuentes de Información y marcos de referencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicaciones masivas</li> <li>- Interacciones personales recíprocas</li> <li>- Experiencia personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas exploratorias</li> <li>- Encuestas</li> </ul>
		Preferencia de canales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mass Media</li> <li>- Micro Media</li> <li>- Contacto personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas exploratorias</li> <li>- Encuestas</li> </ul>



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

### ANÁLISIS PARCIAL DE ENTREVISTAS EXPLORATORIAS

La entrevista exploratoria fue realizada a seis personas con el objetivo de detectar variables que nos ayuden a armar el cuestionario que luego utilizamos en la encuesta. Esta guía, podía ser dividida en tres grandes grupos: en primer lugar consultamos a los entrevistados sobre su tiempo libre, en segundo lugar sobre los medios de comunicación y por último, sobre diferentes aspectos del Paseo del Buen Pastor.

#### Tiempo libre

Dentro de este grupo, el primer aspecto que se pedía describir, eran las actividades realizadas en el tiempo libre. Una parte considerable de la muestra (4 sujetos) mencionó que le gusta ver películas en su hogar o en el cine. La mitad de los entrevistados, manifestaron realizar actividades deportivas como ir al gimnasio o jugar al paddle. Un tercio utiliza su tiempo libre para leer, la misma cantidad dijo conectarse a Internet. Otros manifestaron que salen a comer, bailar, pasear o están con el/la novio/a o amigos (cada uno de las actividades fueron mencionadas por un tercio de la muestra). Casos aislados mencionaron que en su tiempo libre les gusta cocinar, mirar televisión u ocuparse de un emprendimiento propio.

El segundo de los aspectos que se buscaba conocer, era la cantidad de tiempo libre del que disponían. La gran mayoría de los entrevistados (5 sujetos) dijo que tenían entre 3 y 4 horas diarias a la tardecita/noche, una vez que culminan con sus actividades diarias. Es importante destacar que la totalidad de la muestra dijo tener los fines de semana completos para disfrutar de su tiempo libre, excepto en época de exámenes.

En un tercer momento se consultó a los entrevistados por las actividades de su interés. La mitad de la muestra mencionó al cine/películas. Un tercio de los entrevistados mencionó interés por actividades como el teatro, la música, las artesanías/manualidades y la pintura. Por último, se encuentran





las actividades mencionadas por una sola persona: escritura, lectura, conferencias, emprendedorismo, viajes y actividades solidarias.

Como cuarta pauta, se invitaba a los entrevistados a comentar sobre su interés (o no) por las actividades culturales y el resultado fue que solo una pequeña minoría mencionó que no le interesaban. La actividad cultural preferida por los entrevistados fue el cine, elegida por 5 personas. En segundo lugar, más de la mitad dijo que le interesaba el teatro (4 personas), seguidos por el grupo que mencionó a la pintura (2 personas) y algunas respuestas aisladas mencionaron otras actividades como artesanías, música y literatura.

Como ultimo punto de este grupo de preguntas, se invitaba a los entrevistados a que comenten con qué personas consumían su tiempo libre. La gran mayoría (5 personas) mencionó a los amigos. En segundo lugar, mas de la mitad de la muestra dijo compartir su tiempo libre con el/la novio/a. Respuestas aisladas indicaron que a veces lo hacían solos o con hermanos.

### Medios de comunicación

En este segundo grupo de preguntas, se comenzaba preguntando a los entrevistados si consumían medios de comunicación y la totalidad de la muestra respondió afirmativamente. En segundo lugar, se les pedía que especificaran cuáles de los medios utilizaban y la gran mayoría mencionó a la televisión, seguidos por el grupo de los que dijeron que era la radio y los que manifestaron leer diarios. Es importante recalcar que la gran mayoría de los entrevistados mencionó a Internet. Dentro de este grupo, dos de los entrevistados mencionaron que leen diarios on line, uno dijo que lee y escribe mails y los otros dos utilizan Internet para diversos fines (mails, chat, etc.).

Luego se les pidió que especifiquen aún mas, mencionando el nombre de los programas, canales, radios, etc. que utilizan. De los que habían mencionado la televisión, podemos separar dos grupos: los que consumen medios locales y los que no. Dentro del primer grupo, la mitad manifestó que mira Canal 8 y un tercio de la muestra dijo consumir Canal 12. Dentro del segundo grupo, dijeron consumir canales de películas, entretenimiento y



deportes. En cuanto a la radio, un tercio de la muestra manifestó que escuchaban la 100.5, igual porción de entrevistados mencionó a Cadena 3, y una de las personas dijo ser oyente de Radio Mitre. Dentro del grupo que leía diarios, la mitad de la muestra mencionó a La Voz del Interior en su versión digital, un tercio en formato papel y algunos casos aislados mencionaron leer a través de la Web diarios como Clarín, La Nación e Infobae.

Inmediatamente se les preguntaba acerca del horario en el cual los consumían: los que escuchaban radio, dijeron que lo hacían por la mañana, al igual de la mitad de la muestra que manifestó que leía diarios a través de Internet. Entre la gran mayoría que consume televisión, todos lo hacen por la noche y dos de los entrevistados miran televisión también al mediodía para ver los noticieros locales. De los consumes Internet (2 entrevistados), uno dijo que estaba conectado todo el día y el otro principalmente a la tarde.

La última pregunta de este grupo, era acerca de los medios que los entrevistados preferían para recibir información. La mitad de la muestra mencionó al mail, la misma cantidad dijo a través de páginas Web y mencionaron el ejemplo de Córdoba.Net y un tercio de los entrevistados prefiere los diarios. Por ultimo, uno de los entrevistados dijo que prefiere enterarse por medio de los noticieros.

### Paseo del Buen Pastor

En este ultimo grupo de preguntas, se consultó a los entrevistados en si conocían al lugar y la totalidad contestó de manera positiva. Luego se les consultó si pasaban por el lugar a menudo; la mitad de la muestra dijo que pasaba a diario debido a que era un sitio de paso para sus actividades y el resto, lo hace varias veces a la semana.

En tercer lugar, se les pedía que nos comenten como caracterizarían al Paseo. Todos lo calificaron como lindo, la mitad mencionó que le parecía que era para jóvenes y un lugar de encuentro entre amigos. Además, mencionaron las siguientes características: limpio, “le cambió la fachada a Córdoba” y lo calificaron como un espacio moderno. Casos aislados dijeron que el lugar



“atrae turistas”, “es una mezcla de historia y modernidad”, es distinto, ordenado, “hay buen ambiente”, “es una mezcla de cosas y actividades”.

Luego se les preguntó cuáles actividades sabían que se realizaban en el lugar: la mayoría mencionó a los bares y a las exposiciones de arte/pintura. Un tercio de la muestra mencionó al show de aguas danzantes y la misma cantidad dijo que sabía que en el lugar se hacen visitas guiadas. Las actividades que mencionamos a continuación fueron nombradas por un solo entrevistado: capoheira, teatro callejero, obras de teatro y comercios.

Con respecto a si asisten al lugar, la gran mayoría dijo que no. Solo una persona manifestó que va al parque del lugar los fines de semana. Entre los comentarios a tener en cuenta en este punto, se puede destacar el de una persona que dijo que no va porque solo sabe que se realizan muestras de arte y no le interesan, otra persona dijo que no sabía si había que pagar y un tercer entrevistado manifestó ir solo a los bares. Además, preguntamos a los entrevistados si participarían de actividades en el Paseo y la totalidad dijo que sí, siempre y cuando se realicen actividades que despierten su interés, justificando que lo harían debido a que le queda cerca y les gusta el lugar.

Cuando se consultó a los entrevistados acerca de los medios por los cuales se enteraban de las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor, la gran mayoría dijo no enterarse por ningún medio de comunicación formal, sino que pasan por el lugar y ven las actividades se están realizando o porque personas de su entorno les comentan. Solo una pequeña minoría dijo enterarse porque ve carteles en el lugar y una persona mencionó ver noticias del Paseo en los medios de comunicación locales pero que suelen ser de carácter político.

Por ultimo, se les pidió que nos comenten cuales actividades les gustaría que se realicen en el lugar. La mitad de los entrevistados, manifestó que les gustaría que se hagan recitales, un tercio mencionó obras de teatro, cine y charlas/conferencias sobre temas de actualidad. Otras actividades mencionadas fueron coro y taller de teatro.

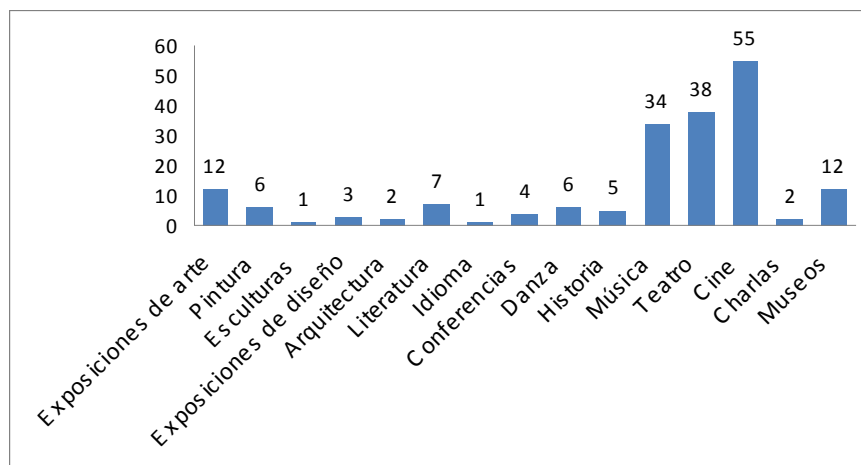


## ANÁLISIS PARCIAL DE ENCUESTAS

Se realizaron 100 encuestas a estudiantes universitarios de las universidades de Córdoba mencionadas anteriormente, con el objetivo de recolectar datos que nos permitan describir la situación del Paseo de Buen Pastor en cuanto a la comunicación externa que establece con este público.

La primera de las preguntas, consultaba a los encuestados acerca del uso de Internet. Este interrogante partía de la hipótesis de que el público objetivo tiene un contacto muy fluido con la World Wide Web y nos interesaba describir esta conducta ya que nos puede aportar un dato relevante para la confección de nuestro Plan de Relaciones Públicas e Institucionales. Los resultados obtenidos muestran que el 82% de los encuestados se conecta a la red diariamente y, del restante 18%, solo una pequeña minoría (2%) no utiliza Internet, el resto accede frecuentemente.

La segunda pregunta, cuestionaba a los encuestados acerca de su interés por las actividades culturales. La gran mayoría (85%) manifestó sentirse interesada, mientras que del 15% restante, solo el 4% respondió que no, y el 11% manifestó no saber cuál era su posición al respecto. A las personas que respondían sentirse interesadas, se les preguntaba de manera abierta cuáles eran esas actividades. Las que encabezaron la lista fueron el cine (mencionada por el 50% de los encuestados), el teatro (38%) y la música (34%). Muy por debajo, se encuentran las exposiciones de arte y los museos (ambas elegidas por el 12 %). Los encuestados podían manifestar más de una actividad cultural de su interés. El siguiente gráfico ilustra los resultados obtenidos:





La pregunta número 3, consultaba a la muestra si conocían el Paseo del Buen Pastor y la totalidad respondió de manera positiva. Sin embargo, se les hacía optar por tres categorías de respuestas: si conocían el exterior y el interior, si conocían solo exterior o si conocían solo el interior: ninguno de los encuestados respondió conocer solo el interior, y una leve mayoría (57%) manifestó conocer solo el exterior del Paseo.

La cuarta pregunta buscaba conocer el comportamiento que los jóvenes universitarios tienen en cuanto a visitar el Paseo del Buen Pastor y relevar la frecuencia con que lo hacían (en caso de que lo hagan). La gran mayoría de los encuestados (77%) manifestó que suele ir. A este grupo, se les preguntaba además la frecuencia con que lo hacían: ninguno de los encuestados manifestó ir más de una vez al día y tampoco una vez al día. Una leve mayoría del total de los encuestados, 23%, manifestó ir al lugar menos de una vez al mes; en segundo lugar, el 20% dijo ir una vez al mes, seguidos por los que asisten una vez a la semana (17%), los que van cada dos semanas (15%), y los que asisten entre dos y seis veces por semana (2%). Un considerable porcentaje de la muestra, 23%, manifestó no ir al Paseo del Buen Pastor dando como justificación diversas razones: no asiste porque no hay actividades de su interés (65,22%), no tienen tiempo (17,3%), ya fueron y nos les interesa volver (8,69%), no van porque no hay verde (4,35%) y no les gusta el lugar (4,35 %). Estos resultados nos llevan a la conclusión de que la mayoría de los encuestados (66%) no concurre al Paseo del Buen Pastor o lo hace con una frecuencia de una vez al mes o aún menos.

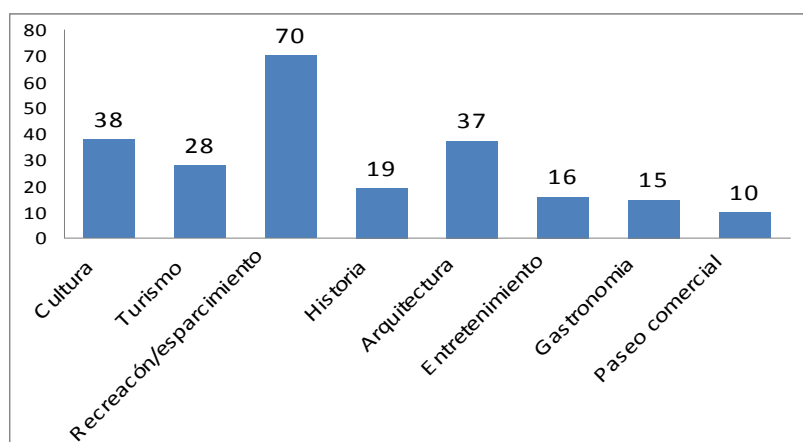
La pregunta 5 indagaba a los encuestados sobre el modo por el que se enteraron de la existencia del Paseo del Buen Pastor. Una considerable mayoría (57%) dijo haberse enterado porque pasó por el lugar y lo vio. En segundo lugar (32%), se encuentra el grupo de los que contestaron que se enteraron por los medios de comunicación masiva. En tercer lugar, y bastante por debajo, los que supieron porque les contó un amigo (10%) y por último, con el 1% del total de respuestas, un sujeto manifestó haberse enterado porque le contó un profesor de su Universidad.

La sexta pregunta del cuestionario, consultaba si consideraban que el Paseo del Buen Pastor era un lugar para jóvenes, con el objetivo de saber si lo



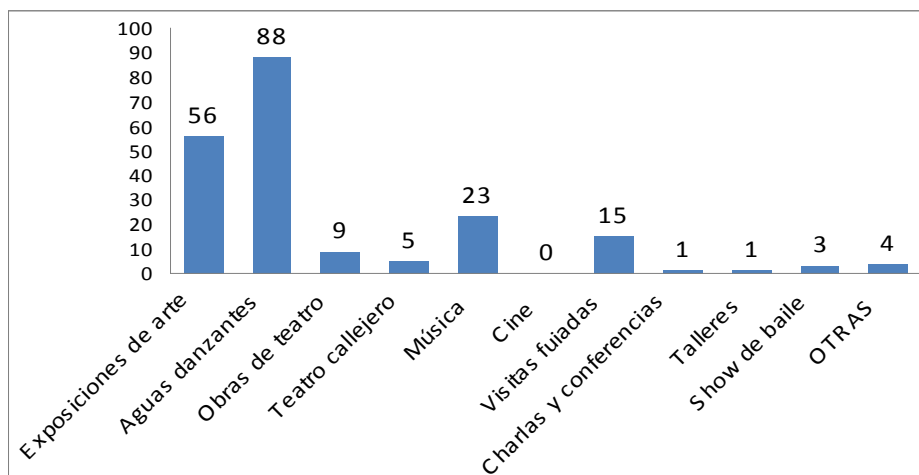
veían como un espacio que puede brindar actividades y otros atractivos al rango etario que ellos componen. El 90% de los encuestados consideró que el Paseo es un lugar para jóvenes, mientras que el restante 10% se divide entre los que consideran que no lo es (6%) y los que no supieron adoptar una posición al respecto (4%).

La pregunta número 7, presentaba una serie de palabras obtenidas principalmente de las entrevistas exploratorias y se pedía al encuestado que elija las que creía que caracterizaban mejor al Paseo del Buen Pastor. A continuación se presenta el gráfico que ilustra los resultados:



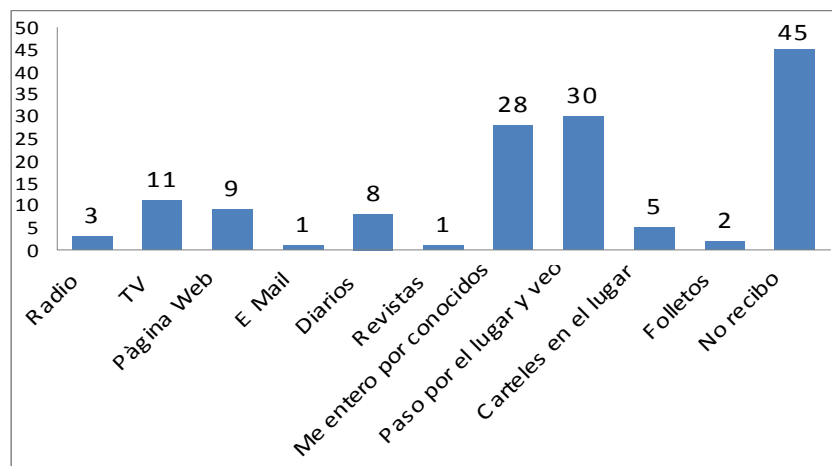
Como se puede observar, la opción "*esparcimiento/Recreación*" fue la más elegida (70% de los encuestados). En segundo lugar, "*cultura*" fue elegida por el 38% de la muestra. El 37 % mencionó a la "*arquitectura*" como palabra que caracteriza al lugar, mientras que el cuarto lugar fue ocupado por la palabra "*turismo*", (28%). Por debajo, y con mucho menor volumen de elección, los encuestados consideraron que las siguientes palabras caracterizan también al Paseo: "*Historia*" (elegida por el 19% de encuestados), "*Entretenimiento*" (16%), "*Gastronomía*" (15%) y en el último lugar se encuentra "*Paseo Comercial*", elegido por el 10% de la muestra.

En la octava pregunta, también pudiendo seleccionar mas de una respuesta, los encuestados debían escoger de una lista de actividades las que creía que estaban mas relacionadas con el Paseo del Buen Pastor. De la totalidad de respuestas llegamos a la construcción del siguiente gráfico:



Como se puede observar, la gran mayoría de los elementos de la muestra (88%) relacionó al Paseo del Buen Pastor con las "*Aguas Danzantes*". En segundo lugar, el 56% de los encuestados seleccionó a las "*Exposiciones de Arte*". Por debajo se encuentra la "*música*", seleccionada por el 23% de los encuestados. Con menor porcentaje de elección, aparecen otras actividades como las "*visitas guiadas*", "*obras de teatro*", "*teatro callejero*" y "*show de baile*", elegidas por el 15%, 9%, 5% y 3% de los encuestados respectivamente. Al final de la lista, elegidas cada una por el 1% de la muestra, aparecen los "*talleres*" y "*conferencias*". El 4% de los encuestados manifestó asociar al Paseo con otras actividades, como los "*restaurantes*" y el "*mate entre amigos*" (cada una de las actividades mencionadas por el 2%). El análisis de esta pregunta deja ver claramente que la gran mayoría asocia al lugar solo con la fuente de aguas danzantes y con la exposición de obras de arte, actividad cultural que, como vimos en el análisis de la pregunta número 2, no ocupa los primeros lugares entre las de interés para los estudiantes.

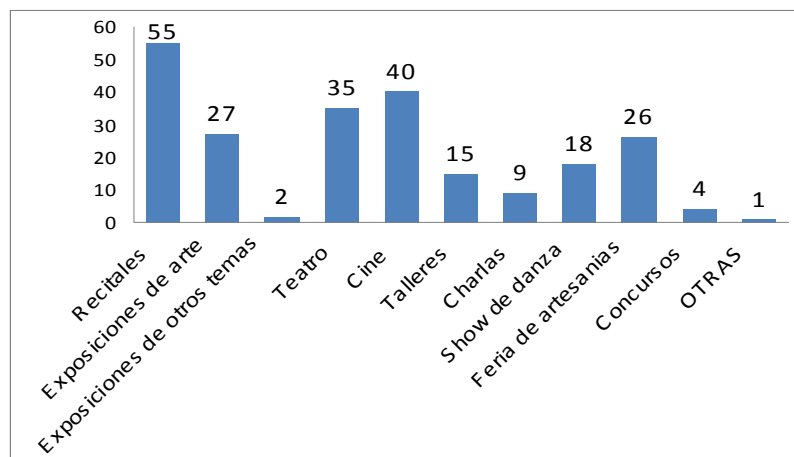
La novena pregunta buscaba identificar los canales de comunicación por los que los estudiantes universitarios reciben información de las actividades realizadas en el Paseo. Los resultados obtenidos arrojan el siguiente gráfico:



Como se puede observar, un gran porcentaje de los encuestados (45%), manifestó no recibir información. En segundo lugar (30%), dijeron enterarse porque pasaban por el lugar y veían que se estaban realizando, seguidos por el 28% que se entera porque alguna persona de su entorno les cuenta. Los medios de comunicación masiva fueron seleccionados por porcentajes muchos menores: la TV fue mencionada por el 11% de los encuestados, los diarios por el 8% y la radio por el 3%. En el caso de la televisión, la totalidad de los encuestados dijo que recibía a través de los noticieros locales, los que mencionaron los diarios, dijeron referirse a La Voz del Interior y en cuanto a las radios, mencionaron a FM Mega y a 100.5. De las personas que manifestaron enterarse por medio de Páginas Web, la totalidad mencionó a Córdoba.Net, portal creado por La Voz del Interior y claramente enfocado a los jóvenes cordobeses. En los últimos lugares, algunos declararon enterarse por medio de carteles en el lugar, folletos, E Mail y revistas.

La pregunta 11 fue formulada para conocer las expectativas que los jóvenes universitarios de Córdoba tienen acerca de las actividades que puede brindar el Paseo del Buen Pastor. Los encuestados podían seleccionar más de una opción, llegando a la confección del siguiente gráfico:





La actividad que mas se repite entre los encuestados fue "*recitales*" elegida por el 55%. En segundo lugar se ubica el "*cine*", seleccionado por el 40% de la muestra y seguido por los que mencionaron al "*teatro*" (35%). Como se puede ver, las tres actividades que a los encuestados les gustaría que se realicen en el Paseo son las mismas tres que encabezan el listado de las actividades culturales de interés (ver pregunta número 2). Por debajo, se encuentran las "*exposiciones de arte*" y la "*feria de artesanías*", elegidas por el 27% y el 26% de los encuestados respectivamente. En un tercer escalón de respuestas, podemos encontrar las siguientes actividades: "*show de danza*" (mencionada por el 18%) y los "*talleres*", seleccionados por el 15% de los encuestados. En los últimos lugares se encuentran las "*charlas*", "*concursos*" y "*exposiciones de otros temas*" (no arte: mencionaron fotografía, literatura, caricaturas y diseño industrial), seleccionadas por el 9%, 4% y 2% de la muestra respectivamente. Por ultimo, se encuentra la opción "*otras*", elegida por el 1% de los encuestados, aclarando que le gustaría que en el Paseo del Buen Pastor se realicen desfiles de moda.

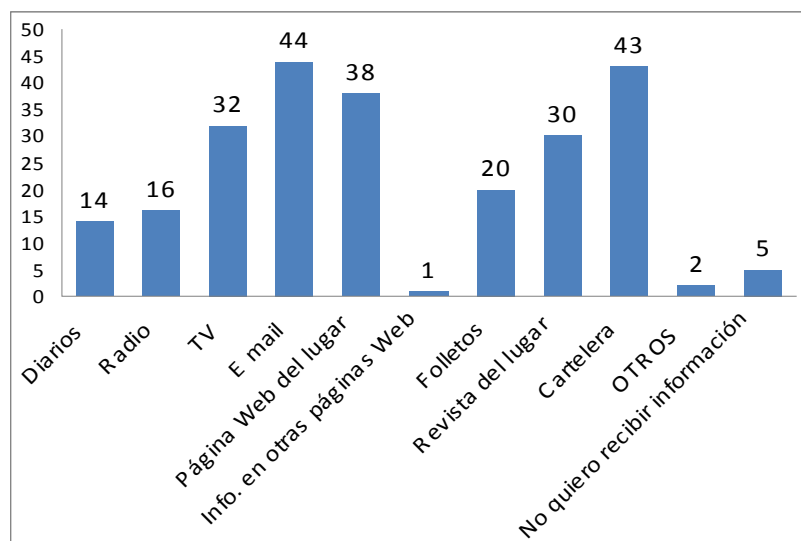
A los encuestados que mencionaron querer que en el lugar haya recitales, se les consultó sobre el estilo de música: la gran mayoría dijo que les gustaría que los estilos varíen, en segundo lugar se encuentra el grupo que manifestó que le gustaría que fueran de rock. El resto de los estilos fueron seleccionados por una cantidad de encuestados mucho menor, entre los que destacamos la música clásica, folclore, jazz y latinos. Los últimos lugares los ocupan el cuarteto, bossa, salsa, electrónica y reggae. De los que manifestaron querer que se realicen talleres, dijeron que les gustaría que



fueran de tango, teatro y danza. Algunos grupos dijeron estar interesados por talleres de fotografía, educativos, de cine, de pintura y literarios. De los que mencionaron interés porque se realicen charlas (9% de la muestra), la gran mayoría (88,9%) manifestó que le gustaría que los temas tratados sean relacionados con la actualidad de los jóvenes en Córdoba y al restante 11,1% le gustaría que estén referidas a la literatura. Los que dijeron que les gustaría que en el Paseo del Buen Pastor se realicen concursos (4% del total de la muestra), mencionaron que deberían ser de temas variados como por ejemplo literatura, pintura, música, etc.

La siguiente pregunta tenía como objetivo brindarnos información que nos permita conocer el componente conductual de la imagen-actitud que los estudiantes universitarios tienen acerca del Paseo del Buen Pastor. Los resultados muestran que el 87% de la muestra participaría de las actividades realizadas en el lugar si son de su interés. El segundo lugar (8%), lo ocupa el grupo que manifestó no saber si participaría o no, seguido por el restante 5% que manifestó que no le interesa participar de las actividades.

La decimosegunda pregunta de nuestro cuestionario, que también daba la posibilidad de elegir mas de una opción, tenía el objetivo de detectar los medios que los jóvenes prefieren a la hora de recibir información. En el gráfico que se presenta a continuación se ven reflejadas las cifras obtenidas:

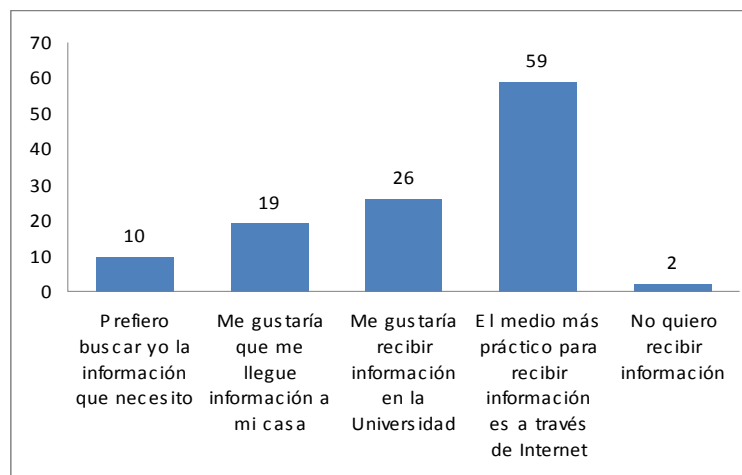


Como se puede observar, ninguna de las respuestas marca una gran diferencia con respecto al resto. Sin embargo, podemos destacar las dos mas



elegidas que son E Mail y Cartelera (elegidas por el 44% y 43% de los encuestados respectivamente). En un segundo escalón, podemos mencionar al grupo de encuestados (38%) que mencionó que le gustaría recibir información por medio de una Página Web del lugar. Por debajo, con porcentajes muy similares, se encuentran los que dijeron que la televisión y una revista de distribución gratuita del lugar son medios por los que les gustaría recibir información, respuestas elegidas por el 32% y el 30% de los encuestados respectivamente. Entre los que mencionaron la televisión, la totalidad dijo que prefiere por medio de los noticieros locales. Luego, encontramos el grupo de los que les gustaría recibir información por medio de folletos (20% de encuestados), los que eligieron la radio (16%) y los que seleccionaron a los diarios (elegido por el 14% de la muestra). A las personas que mencionaban que la radio, se les preguntó cuál en particular y la totalidad manifestó que eran las de frecuencia modulada (FM). Algunos especificaron nombres de radio en particular, mencionado a Mega, Pobre Jhony 100.5, La 21, La 100 y 94.7. De los que eligieron diarios, todos mencionaron a La Voz del Interior como el preferido. Por ultimo, y con porcentajes mucho menores, aparecen los que manifestaron que no querían recibir información del Paseo de Buen Pastor (5% de los encuestados), los que dijeron que preferían enterarse por “otros medios” (3%), y los que manifestaron que les interesaría recibir información por medio de otras páginas Web (1% de los encuestados). Entre los que eligieron la opción “otros medios”, especificaron que se referían a la universidad y a carteles de Vía Publica. Los que mencionaron que les gustaría recibir información por medio de otras páginas Web, mencionaron a la página de La Voz del Interior, Córdoba.Net y al Diario de Infonegocios.

La pregunta número 13, planteaba a los encuestados una serie de frases y se les pedía que eligieran la que estuviera más de acuerdo con lo que opinaban acerca de la recepción de información de actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor. Se les daba la posibilidad de elegir más de una opción. El gráfico que ilustra los resultados es el siguiente:



Como se observa claramente, la gran mayoría (59% de la muestra) dijo que el medio más práctico para recibir información es a través de Internet, esta respuesta se condice con lo analizado en la pregunta uno que nos llevó a la conclusión de que los jóvenes universitarios utilizan muy a menudo dicho medio de comunicación. El segundo lugar, lo ocupa el grupo de los que manifestaron que les interesaría recibir información en su Universidad (26% de los encuestados), seguidos por los que dijeron estar interesados en que les llegue a su casa (19% de la muestra). Por último se encuentran los que eligieron la opción "Prefiero buscar yo la información que necesito" y los que manifestaron que nos les interesa recibir información: 10% y 2% del total de encuestados respectivamente.

La última pregunta del cuestionario, pedía a los encuestados que calificaran según una escala que iba desde "Excelente" hasta "Malo", seis aspectos del Paseo del Buen Pastor: ubicación, decoración, limpieza, variedad de actividades, atención del personal e información acerca de las actividades. El primero de los aspectos, la ubicación, fue calificado por la mayoría (95%) como "Excelente" y "Muy Bueno" (67% y 28% respectivamente). El restante 5% de los encuestados, dijo que la ubicación era "Buena", "Regular" y "Mala", acaparando el 2%, 2% y 1% respectivamente.

En cuanto a la limpieza del Paseo del Buen Pastor, la gran mayoría la calificó como "Excelente" o "Muy Buena" (28% y 56% respectivamente). En el tercer puesto, se encuentra el grupo que la calificó como "Buena",



acaparando el 11%. El restante 5% se reparte entre quienes dijeron que la limpieza del lugar es "Regular" (4%) y los que la calificaron como "Mala".

El tercer aspecto era la decoración. Siguiendo con la tendencia, la gran mayoría de los sujetos dijeron que les parecía "Excelente" o "Muy Buena" (29% y 52% respectivamente). El restante 19% se reparte entre quienes opinaron que era simplemente "Buena" y quienes dijeron que era "Regular". Es importante destacar que a este aspecto nadie lo calificó como Malo.

En cuanto a la variedad de actividades ofrecidas en el lugar, nadie la calificó como "Excelente" y solo un pequeño porcentaje de la muestra (12%) la catalogó "Muy Buena". El mayor porcentaje lo obtuvo el grupo que dijo que le parece simplemente "Buena" (37%). Con un porcentaje muy similar, se encuentran los que la catalogaron como "Regular". En esta pregunta aparece el grupo de los que valoraron a este aspecto como "Malo" (13%) y el restante 13% lo ocupan quienes no supieron adoptar una posición al respecto (NS/NC).

El ante último aspecto a evaluar, era la atención del personal. La gran mayoría de los encuestados, 45%, respondió que no podía valorar este aspecto debido a que no lo conocía. Solo el 16% de la muestra dijo que era "Excelente" o "Muy Bueno" (2% y 14% respectivamente). El 25% dijo que la parecía "Buena" y el restante 14% se distribuye entre el 12% que calificó este aspecto como "Regular" y el 2% que lo catalogó como "Malo".

Para culminar con el listado de aspectos a valorar, se les pedía a los encuestados que califiquen la información sobre las actividades realizadas en el lugar. Ninguno de los encuestados la calificó como "Excelente" ni "Muy Buena". El porcentaje mayor de respuestas fue para los que la consideraron "Regular" o "Mala", acaparando respectivamente el 41% y el 36% de las respuestas. Solo el 14% dijo que la información era "Buena", y el restante 9% no supo adoptar una posición al respecto optando por la opción "NS/NC". Los resultados obtenidos del análisis de este aspecto, se condicen con los de la pregunta número nueve, donde podíamos ver que el 45% de la muestra no recibe información sobre las actividades y que otro porcentaje considerable (30%) se entera simplemente porque pasa por el lugar y ve que se están realizando determinadas actividades.



## ANÁLISIS PARCIAL DE LA OBSERVACIÓN

Durante el mes de mayo de 2008, realizamos una observación en las instalaciones del Paseo del Buen Pastor con el objetivo de recabar datos sobre los canales de comunicación que utiliza actualmente. A continuación presentaremos las conclusiones obtenidas.

El lugar está compuesto por dos plantas: en la parte baja se encuentra, además de los atractivos localizados en la parte exterior, una pequeña galería de exposiciones, la capilla y diversos bares y restaurantes. En el primer piso, hay una sala de exposiciones, las oficinas del personal del Paseo del Buen Pastor y un local comercial. Es importante aclarar que hay baños ubicadas en ambas plantas y un ascensor.

En cuanto a los accesos, podemos decir que hay cinco: el principal se ubica sobre esquina que resulta de la intersección de las calles Independencia e Irigoyen. Hay otros dos ingresos por calle Irigoyen, uno corresponde a la Capilla y el otro es una puerta que lleva a un pasillo del Paseo y por último se encuentran los dos que permiten acceder desde el espacio exterior de recreación (uno por la planta baja y el otro por la planta alta). Es importante destacar que, debido a los objetivos de este trabajo, no se consideran aquí los accesos al área de restaurantes.



*Acceso principal*

Otro aspecto que se tuvo en cuenta a la hora de realizar la observación, fue la señalización y detectamos que en el lugar hay cinco carteles tipo atril que muestran el plano del lugar con números de referencia que indican que



son cada uno de los espacios. La foto que se presenta a continuación, muestra el formato de estos atriles.



En cuarto lugar en nuestra guía de pautas, aparecían las carteleras, pero en nuestra visita al lugar vimos que no existen. Sin embargo lo que pudimos observar fue un banner de pie que informaba sobre una actividad en particular, ubicado en el acceso a la Capilla. En el mismo lugar había un banner que contenía todas las actividades que se realizarían en el Paseo del Buen Pastor en el mes, pero que tenía dos defectos: en primer lugar era demasiada información, lo que imposibilitaba la correcta lectura desde la calle; y en segundo lugar la información no estaba ordenada por fecha si no por lugar dentro del Paseo en el cual se iban a realizar, lo que obstaculizaba la lectura.

Observamos también si había en el lugar un centro de informes y pudimos ver que existe pero bajo el nombre de "Información Turística". Se encuentra ubicado en el acceso principal del Paseo del Buen Pastor y es atendido por una persona. Si bien nuestra observación es "no participante", nos acercamos para pedir información sobre las actividades y al consultarle a la persona que se encontraba atendiendo, nos contesto con poca amabilidad: "ahí tenés folletos, te los podes llevar". Esto nos lleva a la conclusión de que si bien hay un puesto de informes, la atención no es buena y no se brinda información, solo se limitan a entregar folletos. A continuación se presenta una fotografía de este puesto de Información Turística:



En cuanto a los folletos, pudimos observar que en ese momento tenían tres variedades: uno mencionaba todas las actividades que se iban a realizar durante el mes de mayo y, los otros dos, daban información extra sobre muestras en particular. Con respecto al primero de los folletos mencionados, podemos decir que si bien el hecho de que el Paseo del Buen Pastor cuente con una herramienta de comunicación que mencione la totalidad de actividades que hay en un mes determinado es un aspecto muy positivo para la comunicación externa del lugar, a nuestro criterio, la diagramación del mismo no es buena. Esta apreciación se debe a que en lugar de ordenar las actividades por fecha, están englobadas según títulos que en algunos casos corresponden a espacios físicos dentro del Paseo y en otros casos a conjuntos de actividades, dificultando, a nuestro criterio, la correcta lectura. Por otro lado, consideramos que sería más adecuado contar con otra herramienta de comunicación que brinde la posibilidad de dar más datos sobre cada una de las actividades.

A continuación se presenta el diseño del interior de este folleto:





<p><b>CAPILLA // COROS</b></p> <p><b>09 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro del Consejo de Ciencias Económicas de Córdoba // Dr. Uliona Romero</p> <p><b>16 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro del Seminario de Corito del Teatro del Libertador // Dr. Marías Sacane</p> <p><b>23 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro de la Universidad Católica de Córdoba // Dr. Marías Sacane</p> <p><b>30 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro de la Merced // Dr. Santiago Ruiz</p> <p><b>CONCIERTOS</b></p> <p><b>17 de Mayo, 20:00 hs.</b> Ingo Tito - Música Latinoamericana.</p> <p><b>24 de Mayo, 20:00 hs.</b> AVI - Música étnica fusión</p> <p><b>CICLOS</b></p> <p>Todos los miércoles de mayo a las 20 horas. <b>Miércoles Negros - Jazz &amp; Blues, Small Jazz Band</b> 7 Small Jazz Band/ 14 Deverdura / 21 Carlos Carranza Blues Band / 28 Small Jazz Band /// Entrada: \$10</p>	<p><b>12 de Mayo, 20:30 hs. // Lunes de La Voz</b> "Living 4F" - Jazz - 25 Aniversario</p> <p><b>TEATRO</b></p> <p>Todos los domingos a las 20 hs. "Reflejo en Agua Turbia"</p> <p><b>PRESENTACIONES</b></p> <p><b>13 de Mayo, 20:00 hs.</b> Presentación del libro del Dr. César A. Sammartino "¿Qué podemos hacer para tener hijos?"</p> <p><b>20 de Mayo, 19:30 hs.</b> Presentación del libro de la Lic. Uliona González "Amar, sexualidad y Educación"</p> <p><b>29 de Mayo, 19:30</b> Presentación del libro del escritor Claudio Mercuri "7 Cuentos de Moda"</p> <p><b>ESPACIOS VERDES</b></p> <p><b>01 de Mayo, 19:00 hs. // PROBANDU // Rock Fusión</b></p> <p><b>03 de Mayo, 18:00 hs. // ENSAMBLE YIDAKI // Música Étnica</b></p> <p><b>10 de Mayo, 18:00 hs. // VINALES // Folklore electrónico</b></p> <p><b>31 de Mayo, 18:00 hs. // ENRICO BARBIZI // Rock - fusión</b></p>
--	--

El último ítem de nuestra guía de pautas era observar si había una revista del lugar pero pudimos ver que no existe tal herramienta de comunicación.



## CONSIDERACIONES FINALES

Luego de analizar los datos recogidos, podemos llegar a algunas conclusiones que ordenaremos teniendo en cuenta los objetivos específicos planteados al comenzar nuestro proceso de investigación.

- *Analizar los canales de comunicación externa utilizados actualmente por el Paseo del Buen Pastor.*

En este punto buscamos analizar la fase de circulación del discurso, a través del análisis de los canales empleados para tal fin, llegando al siguiente análisis: el lugar cuenta con escasos canales de comunicación externa. Al ingresar por el acceso principal, encontramos un centro de Información Turística pero que no funciona correctamente debido a que quienes lo atienden, solo se limitan a entregar folletos, sin contar a los visitantes sobre las actividades y sin incentivarlos a concurrir. Por otro lado, el trato de las personas que atienden dicho centro no es amable y no poseen información de las actividades que se están realizando en ese momento en el lugar, desperdiciando de este modo, un canal de comunicación muy importante con el que actualmente cuenta el Paseo.

Con respecto a los folletos, hay algunos con información sobre muestras en particular, cuyo diseño y diagramación de información es adecuado a los fines de comunicar la actividad e incentivar la asistencia. Tienen un diseño atractivo con colores que llaman la atención y poseen toda la información necesaria para la persona que lo recoge: nombre de la actividad y breve descripción de la misma, lugar, horario y datos de contacto.

Por otra parte, el Paseo cuenta con un díptico que muestra todas las actividades que se van a realizar en un mes determinado. Si bien es importante para el lugar tener un folleto de este tipo, la diagramación de la información no es buena ya que en lugar de ordenar las actividades según fecha de realización, están englobadas en títulos que siguen diversos criterios: en algunos casos corresponden a espacios físicos dentro del Paseo y en otros casos a conjuntos de actividades. Esta organización de la información dificulta la correcta lectura. Otro de los aspectos a tener en cuenta es que, debido a



las dimensiones del folleto, solo se incluye el nombre de la actividad y el horario de realización, sin importar ninguna otra información de la propuesta. Consideramos que es necesario contar con una herramienta de comunicación que permita brindar mayores datos sobre cada una de las actividades con el objetivo de incentivar la asistencia del público.

Podemos decir también que no se observan carteleras, revista del lugar, ni otras herramientas de comunicación, aunque en el acceso a la Capilla hay un banner con información sobre las actividades mensuales pero que contiene mucha información diagramada incorrectamente, lo que perjudica la correcta visualización y lectura. Por otro lado, este banner se encuentra aproximadamente diez metros hacia adentro de la vereda, lo que imposibilita la correcta lectura de los transeúntes.

Observamos también atriles de señalización ubicados en los accesos principales que muestran, con planos y referencias, los espacios con los que cuenta el lugar. Consideramos que este punto es muy positivo ya que al haber diversas salas en las cuales se realizan actividades, es necesario que la persona que decide asistir, pueda localizar rápidamente el lugar en el que se desarrolla.

En lo que respecta a la comunicación de las actividades mediante los medios de comunicación masiva, lo hacen básicamente a través del diario La Voz del Interior y la radio Cadena 3, ambos medios líderes en Córdoba en sus respectivos ámbitos y con los que el Paseo tiene acuerdos que consisten en brindarles las instalaciones para diversos ciclos que realizan, a cambio de espacio publicitario para difundir otras actividades que se ofrecen en el lugar. En la Voz del Interior, las actividades del Paseo del Buen Pastor se publican principalmente en la Guía de Fin de Semana, suplemento que sale todos los jueves con el diario y que contiene las diversas actividades que se pueden realizar en la ciudad durante los días de descanso semanal. Es importante destacar que el Paseo del Buen Pastor no compra espacio publicitario para difundir sus actividades.



En cuanto a los otros medios de comunicación masiva de Córdoba, envían gacetillas de prensa de todas las actividades pero la publicación depende de la relevancia de la propuesta o del reconocimiento de alguna personalidad invitada. Las relaciones con la prensa se establecen desde la Secretaría de Cultura de Córdoba, lo que diluye aún mas la atención de los medios a las actividades realizadas en el Paseo, ya que dicho ente comunica también actividades realizadas en otros lugares como por ejemplo el Museo Caraffa, el Teatro del Libertador San Martín, etc. Es importante mencionar que si bien hay aspectos que se manejan desde la Secretaría de Cultura, el Paseo tiene cierta autonomía en lo que respecta a la planificación de la comunicación, aunque con un proceso de aprobaciones de por medio.

- *Analizar la imagen-actitud que los estudiantes universitarios del barrio de Nueva Córdoba tienen del Paseo del Buen Pastor.*

En lo que respecta al componente cognitivo, podemos decir que los estudiantes universitarios asocian al lugar básicamente con el show de aguas danzantes y las exposiciones de arte. Muchos de ellos, si bien suelen asistir al lugar, no conocen los espacios internos y, de los que no van, la mayoría no lo hace porque no se siente atraído por las actividades que se realizan. Por otro lado, la gran mayoría consideró al Paseo como un lugar de esparcimiento y recreación, también es de considerar el grupo que lo asoció a la cultura y a la arquitectura. La gran mayoría dijo que tanto la ubicación, como la limpieza y la decoración son muy buenas o incluso excelentes. Sin embargo, la mayoría calificó a la variedad de actividades como buena o regular; y a la información sobre las actividades la calificaron principalmente como regular o mala.

En lo que al componente emocional respecta, podemos decir que los entrevistados mencionaron que el lugar les encantaba, que les parecía buena la decoración, que consideraban que es un lugar apropiado para los jóvenes. El tercer componente de la imagen es el conductual. En este aspecto, la gran mayoría manifestó que asistiría a las actividades realizadas en el lugar si son de su interés, ya que el lugar les gusta y es cercano a sus hogares.



- *Identificar los orígenes de la información que llega a los estudiantes universitarios sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor.*

El principal origen de la información sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor, es la misma organización. Sin embargo podemos mencionar también otros emisores de los mensajes que llegan a los públicos entre los cuales destacamos al entorno social y político pero básicamente la información que tiene este origen se refiere a controversias de tono político o a informes periodísticos realizados por los medios de comunicación.

- *Identificar las fuentes de información y los marcos de referencia por los cuales los estudiantes universitarios reciben información de las actividades culturales realizadas en el Paseo del Buen Pastor.*

En este punto analizaremos la fase de consumo de la información por parte de nuestro público objetivo: jóvenes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba. Las encuestas nos muestran que el porcentaje más alto (45%) lo ocupa el grupo que dijo no recibir información de las actividades realizadas en el lugar. Las respuestas que le siguen pertenecen al grupo que dijo enterarse porque pasa por el lugar y ve que se están realizando y los que manifestaron enterarse porque personas de su entorno les comentan. Los canales formales de comunicación se quedan con porcentajes muchos menores, entre los más mencionados por los encuestados se encuentra la televisión (noticieros locales), Páginas Web (Córdoba.net) y diarios (La Voz del Interior).

Solo casos aislados mencionaron enterarse de las actividades por medio de los canales de comunicación con los que actualmente cuenta el Paseo del Buen Pastor: El 2% mencionó a los folletos y el 5% a los carteles en el lugar. En cuanto a los medios de comunicación masiva con los cuales el Director del Paseo nos comentó que tenían convenio, nadie manifestó enterarse por medio de Cadena 3 y solo el 8% de la muestra dijo recibir información desde La Voz del Interior. Estos datos nos llevan a la conclusión de que los canales utilizados actualmente por el Paseo del Buen Pastor nos son los adecuados para llegar a los jóvenes universitarios.



- *Conocer cuáles son los canales de comunicación externa que los estudiantes universitarios prefieren para informarse.*

Al consultar a los jóvenes sobre cuáles eran los medios que preferían para recibir información, ninguna de las respuestas sobresalió claramente del resto. Sin embargo, podemos remarcar la preferencia por el E Mail, seguido por los que mencionaron a la cartelera y quienes manifestaron que les gustaría que el Paseo tenga una Página Web. Son también considerables los grupos que manifestaron que les gustaría recibir información por medio de la televisión (noticieros locales), de una revista del lugar de distribución gratuita y de folletos. Un 5% de la muestra manifestó no querer recibir información.

Por otro lado, se les pidió a los encuestados que eligieran, de una lista de frases, la que estuviera más de acuerdo con lo que ellos opinaban acerca de la recepción de información de las actividades del Paseo del Buen Pastor. El porcentaje más alto lo obtuvo el grupo de quienes dijeron que el medio más práctico para recibir información es Internet. Son también considerables los grupos que manifestaron que les gustaría recibir información en sus respectivas universidades o en su casa. En este caso, solo un 2% dijo que prefería no recibir información y un 10% que prefería buscar la información que necesita.

- *Explorar las expectativas que el público objeto de estudio tiene respecto a las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor.*

La gran mayoría está interesada porque en el lugar se realicen recitales, cine y obras de teatro. También fueron muy elegidas las exposiciones de arte y la feria de artesanías. Otras de las actividades mencionadas fueron los shows de danza y talleres de diversos contenidos como por ejemplo tango, teatro, danzas, etc. Otras actividades fueron mencionadas por porcentajes muy pequeños: charlas, concursos, exposiciones y desfiles de moda.

La conclusión final es que si bien en el Paseo del Buen Pastor actualmente se realizan muchas de las actividades que son de interés para los jóvenes universitarios (teatro, recitales, exposiciones, etc), ellos no se enteran de las mismas ya que los canales utilizados no son los adecuados para



llegar a este público. Es importante también recalcar que consideran al lugar como apropiado para jóvenes y resaltan características positivas como la limpieza, la decoración y la ubicación.

Estas conclusiones reflejan que el principal problema de la organización objeto de estudio no es que no realiza actividades de interés para lo jóvenes, sino que no se las comunica de manera adecuada. Es por eso que proponemos la aplicación de un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, basado en la comunicación externa, que le permita al Paseo del Buen Pastor llegar al público objetivo por medio de los canales adecuados para lograr que participen de las actividades.



# Plan de Relaciones Públicas e Institucionales





El Plan de Relaciones Públicas e Institucionales que presentaremos a continuación, fue diseñado teniendo en cuenta los resultados obtenidos luego de la fase de investigación, con el objetivo de eficientizar la comunicación externa entre el Paseo del Buen Pastor y los jóvenes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba. A continuación, realizaremos un análisis de factibilidad con el objetivo de analizar la posibilidad que tiene la organización objeto de estudio de poner en práctica el Plan que propondremos.

### ANALISIS DE FACTIBILIDAD

**Factibilidad Financiera:** Si bien el Paseo del Buen Pastor necesita que muchos de sus presupuestos sean aprobados por la Secretaría de Cultura antes de implementar una determinada acción, este aspecto no constituye un factor de impedimento debido a que, si la propuesta es interesante, generalmente se concede el dinero. De todas formas calificamos a la factibilidad financiera como “media” teniendo en cuenta este proceso intermedio de aprobaciones que hay que cumplir.

**Factibilidad Técnica:** es “alta” debido a que, además de las cosas con las que cuenta el Paseo (conexión a Internet, teléfonos, etc), al pertenecer a la Secretaría de Cultura del Gobierno de Córdoba tiene acceso a todos los equipamientos de este ente. Por otro lado, el Plan de Relaciones Públicas e Institucionales que propondremos, tendrá en cuenta los recursos técnicos con los que cuenta el lugar.

**Factibilidad Humana:** El Paseo del Buen Pastor cuenta con un staff de profesionales de distintos ámbitos con los que se puede contar a la hora de comenzar a planificar una estrategia de comunicación para el lugar, es por eso que calificamos a la factibilidad humana como “alta”.

**Factibilidad Política:** Si bien las autoridades del Paseo del Buen Pastor tienen muy buena predisposición a implementar un plan de comunicación que les



permita llegar de manera eficiente al público objetivo, es importante considerar que algunas decisiones en particular (principalmente las de gran envergadura o que requieren una suma de dinero considerable) son tomadas por la Secretaría de Cultura de la Provincia de Córdoba, entidad a la cual pertenece el Paseo del Buen Pastor. Es por este motivo que consideramos que la factibilidad política es “media”.

A continuación presentaremos un cuadro que muestra de manera gráfica este análisis de factibilidad:

FACTIBILIDAD	BAJA	MEDIA	ALTA
<i>Financiera</i>		X	
<i>Técnica</i>			X
<i>Humana</i>			X
<i>Política</i>		X	



## PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

El Plan que se propone, tendrá una duración de seis meses y se comenzará a implementar el primer día del mes de noviembre del año 2008, concluyendo el día 30 de abril de 2009.

Dicho Plan contiene cuatro programas y cada uno de ellos está compuesto por una o varias tácticas. El primero de los programas fue creado debido a que consideramos que toda comunicación externa eficiente, comienza dando información a las personas que trabaja puertas adentro de la organización, es por eso que proponemos la realización de desayunos informativos para todo el personal del Paseo del Buen Pastor.

En el segundo programa, nos ocuparemos de planificar aquellas actividades que los jóvenes universitarios mencionaron que más le gustarían que se realicen en el Paseo del Buen Pastor, ya que si bien se desarrollan actualmente, lo hacen de manera esporádica y con deficiente comunicación que hace que nuestro público objetivo no se entere de las mismas.

El tercer programa es el referido a la comunicación externa propiamente dicha, en donde propondremos nuevas formas de comunicar las actividades realizadas a los jóvenes universitarios con el objetivo de que los mensajes resulten más atractivos para ellos y los inviten a concurrir a las propuestas.

El cuarto y último programa está pensado para acercar la información a los estudiantes universitarios a los lugares en donde suelen estar como sus hogares o la universidad.

Al finalizar el Plan de Relaciones Públicas e Institucionales que presentaremos a continuación, se realizará una encuesta que utilizará un cuestionario similar al implementado en la fase de investigación para evaluar los cambios obtenidos.

A continuación se listan las actividades propuestas y luego se desarrolla cada una de ellas:



***Programa 1: Empezamos por nosotros***

- 1 - Reuniones informativas

***Programa 2: Te damos lo que querés***

- 2 - Momentos de teatro
- 3 - Sábados Musicales
- 4 - Domingos de Cine

***Programa 3: El Paseo Comunica***

- 5 - Revista Institucional
- 6 - Cartelera
- 7 - Banner de pie quincenal
- 8 - Blog

***Programa 4: Vamos a donde estás***

- 9 - Newsletter
- 10 - Carteleras en universidades
- 11 - Presencia en revistas universitarias



## PROGRAMA 1: EMPEZAMOS POR NOSOTROS

### Objetivo del programa:

Motivar la asistencia de los jóvenes universitarios a las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor, brindándoles a todos los miembros de la organización información sobre dichas propuestas para que puedan actuar como transmisores.

### TÁCTICA 1: REUNIONES INTERNAS SEMANALES

#### Público:

Personal del Paseo del Buen Pastor (gerentes, administrativos, responsables de las visitas guiadas, responsables de atención al público en el Centro de Información Turística).

#### Justificación:

Todo plan de comunicación externa, debe comenzar por una buena comunicación en el interior de la organización. Si queremos lograr que los jóvenes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba reciban información sobre las actividades realizadas en el lugar, tenemos que comenzar por dársela a todo el personal del Paseo, ya que consideramos que si están bien informados y pueden retransmitir la información a quien se lo solicite, seguramente los motivarán a participar.

#### Desarrollo:

La acción consiste en la realización de desayunos en los cuales la Coordinadora de Área Cultura del lugar, Sonia Levi, les contará al resto de las personas que trabajan en el Paseo del Buen Pastor, las actividades que se realizarán en los próximos siete días. Además, se evaluarán las actividades de la semana que culmina y se presentarán brevemente las que se desarrollarán la semana siguiente, a modo de adelanto. Por otro lado, el último lunes de



cada mes, se entregará en la reunión la revista de distribución gratuita del lugar y se repasarán brevemente los temas.

Se propone que la duración de estos encuentros sea de una hora y media y que se realicen todos los días lunes a primera hora (de 9 a 10:30 Hs.), con el objetivo de comenzar la semana con toda la información necesaria. El cronograma que proponemos para guiar estos desayunos es el siguiente:

**9:00 Hs.:** Presentación de los resultados de las actividades que se realizaron la semana que acaba de concluir, dando detalles tales como convocatoria, repercusiones, etc.

**9:15 Hs.:** Presentación de las actividades semanales, contando detalles sobre cada una de ellas, como por ejemplo temática, disertantes, horarios, duración, espacio en el cual se realizará, etc.

**10:00 Hs.:** Presentación breve de las actividades que se desarrollarán en la semana siguiente a la actual. Este espacio tiene el objetivo de ir adelantando las actividades que vienen, ya que figurarán en la revista, en la cartelera, etc. y pueden ser motivo de consulta de algún visitante.

**10:15 Hs.:** Espacio de consultas. En este momento, el personal del Paseo del Buen Pastor, podrá pedir más detalles sobre alguna actividad determinada o sacarse las dudas que puedan haber quedado.

#### **Duración:**

Esta actividad se realizará durante todo el período que abarca el presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, aunque cada dos meses se evaluarán los resultados obtenidos y se aplicarán las modificaciones que se consideren pertinentes, ya sea en la frecuencia, duración, temas a tratar, etc. Como mencionamos, los desayunos se realizarán todo los lunes, sin embargo, en caso de ser feriado, se pasará al día martes o primer día hábil.



## Recursos Necesarios:

### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Personal de cocina
- Coordinadora del Área Cultural del Paseo del Buen Pastor.

### Técnicos / materiales:

- 30 Tazas con platos
- 30 Cucharas de te
- 2 termos
- Servilletas
- Hojas impresas
- Café, te y leche
- Azúcar
- Criollos
- Impresión encuestas

Financieros: **\$1.707,50** (*ver detalle en el Presupuesto*)

### Control:

Cada dos meses, al final de una de las reuniones, se pedirá a los presentes que completen una encuesta con preguntas abiertas y cerradas con la finalidad de evaluar los resultados de la implementación de esta acción y poder aplicar las correcciones necesarias para optimizar los resultados. Este instrumento de recolección de datos se presenta a continuación:



FECHA:



*1 - ¿Considera que los desayunos mejoraron en algún aspecto su desarrollo laboral?*

SI

NO

*2 - ¿Considera adecuado el día de realización?*

SI

NO - ¿Cuál Propone?

*3 - ¿Considera adecuado el horario de realización?*

SI

NO - ¿Cuál Propone?

*4 - ¿Que temas le gustaría incluir en los desayunos?*

.....

.....

.....

Se espera que los resultados de la encuesta indiquen que los desayunos contribuyeron a la labor de los empleados del Paseo del Buen Pastor.

Por otra parte, con el objetivo de poder ir mejorando la capacitación en el transcurso del Plan, se contratará a una persona diferente cada mes (con perfil de estudiante universitario) para que consulte a distintos empleados del Paseo sobre las actividades que allí se realizan. Para esta actividad, el responsable de Relaciones Públicas e Institucionales se juntará previamente con el joven para brindarle una capacitación acerca de los aspectos a evaluar.

La consigna para estas personas es hacer la siguiente pregunta a alguna de las personas que trabajan en el Paseo del Buen Pastor:

- ¿Qué actividades hay en el Paseo para estos días?





Una vez que la persona realice esta experiencia, se juntará con el Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales y juntos completarán la siguiente planilla:

DÍA:	
Persona Evaluada:	
Puesto:	
<b>Atención del personal</b>	
<b>ASPECTO A EVALUAR</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Predisposición a atender	
Cantidad de información brindada (especificar que información dio)	
Calidad de información brindada (especificar que información dio)	
Amabilidad en el trato	
Interés por motivar a la persona que consulta para que asista a las actividades	

## PROGRAMA 2: TE DAMOS LO QUE QUERÉS

### Objetivo del programa:

Contribuir a aumentar la concurrencia de los jóvenes universitarios a las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor a través de la oferta de actividades de su interés.



## **TÁCTICA 2: MOMENTOS DE TEATRO**

### **Público:**

Estudiantes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba de la Ciudad de Córdoba.

### **Justificación:**

Si bien es cierto que actualmente en el Paseo del Buen Pastor se desarrollan muchas de las actividades que los jóvenes universitarios mencionaron en las encuestas que les gustaría que se realicen; se desarrollan de manera aislada y sin comunicarlas. Consideramos que planificar actividades que se desarrollen siempre en el mismo día de la semana, ayuda a que el público sepa que en un día determinado en el Paseo del Buen Pastor hay cierta actividad. Por ejemplo, si el público sabe que todos los jueves y viernes el Paseo del Buen Pastor propone obras de teatro, los interesados en esta actividad se ocuparán de ver que obra se presenta en una semana determinada. Debido a que el teatro fue una de las tres actividades mas mencionadas por los jóvenes universitarios entre las de su interés, consideramos relevante incluirla en esta serie de actividades programadas.

### **Desarrollo:**

Todos los jueves y viernes, a partir del segundo mes del período en el que se desarrollará el presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, se ofrecerá en el Paseo del Buen Pastor, obras de teatro. En una semana determinada, durante estos dos días se presentará la misma obra y, en caso de que por sus características se sepa que tendrá mucha convocatoria, se repetirá en dos fines de semana. El día jueves se hará una función a las 20:00 Hs. y el día viernes se presentarán dos funciones a las 20:00 y 22:00 Hs.

Para estos ciclos, se invitará a participar a grupos de teatro locales, quienes recibirán como pago la totalidad del dinero recaudado con las entradas que tendrán un valor de \$ 12 y, los estudiantes universitarios con



libreta, accederán a un descuento del 50%. El Paseo del Buen Pastor se hará cargo tanto de la iluminación como del sonido necesario para el desarrollo de la obra.

Las obras de teatro se realizarán en la Capilla, en donde se utilizará como escenario el sector que antiguamente pertenecía al altar. Las sillas estarán ubicadas en el brazo delantero de la capilla. En el plano que se puede ver a continuación se grafican los lugares:



Estas obras de teatro serán comunicadas a través de los canales que propondremos en los programas que se presentará a continuación. Además, se imprimirán carteles para cada una de las obras que serán pegados en la cartelera del lugar y que tendrán el siguiente diseño:



# **MOMENTOS DE TEATRO**

## **4-5/12**

**Jueves 20:00 hs**  
**Viernes 20:00 y 22:00 hs**

## **CARAMELO DE LIMÓN**



**Lugar: Capilla del Buen Pastor**

**Entrada: \$12**  
**(Estudiantes con libreta, 50% de descuento)**



**Paseo del Buen Pastor**  
un espacio abierto del Gobierno de la  
Provincia de Córdoba, un espacio de todos.

Además se diseñarán remeras del Paseo del Buen Pastor que serán utilizadas por las acomodadoras, quienes al finalizar la función también se



encargarán de realizar encuestas a los asistentes. Se confeccionarán 10 remeras ya que serán utilizadas también para otras actividades que mencionaremos mas adelante. El diseño de remera es el siguiente:



También se diseñarán las entradas y se imprimirán 480 por mes (16 por pliego A3 en papel obra de 120 gramos). A continuación se presenta el diseño:

0001	<div data-bbox="536 1375 778 1429"><b>VALOR: \$ 12</b></div> <div data-bbox="1203 1375 1299 1429"><b>0001</b></div> <div data-bbox="587 1464 1161 1545"><b>ENTRADA TEATRO</b></div> <div data-bbox="547 1688 1090 1724">Av. Hipólito Irigoyen 325 / 0351 -4111267</div> <div data-bbox="1114 1581 1353 1720"></div>
------	---

**Duración:**

Esta acción se desarrollará durante todos los días jueves y viernes comprendidos en el período que abarca el presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, a partir del segundo mes de implementación.



## Recursos necesarios:

### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Grupo de teatro
- Iluminador - sonidista
- Persona para venta de entradas
- Acomodadoras / encuestadoras
- Diseñador gráfico

### Técnicos / materiales:

- 120 sillas (10 filas de 12 sillas)
- Panel Negro para fondo de teatro
- Cartel de difusión para cada obra de teatro
- Entradas
- Encuestas
- Remeras

Financieros: \$ 2755 (*ver detalle en el Presupuesto*)

### **Control:**

Los resultados de la implementación de esta actividad, serán evaluados por dos medios: a través de la encuesta general que se realizará al finalizar el presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, en donde se espera que los encuestados mencionen que relacionan al lugar con las obras de teatro, y a través de una encuesta que se realizará a la salida de las obras de teatro (se seleccionará una función por fin de semana) en donde dos personas del Paseo del Buen Pastor solicitarán a los asistentes que contesten las siguientes preguntas:



**OBRA DE TEATRO:**

**DÍA:**



**1- La obra de teatro te pareció:**

- A. Excelente
- B. Muy Buena
- C. Buena
- D. Regular
- E. Mala

**3- La atención del personal es:**

- A. Excelente
- B. Muy Buena
- C. Buena
- D. Regular
- E. Mala

**2- La comodidad del salón es:**

- A. Excelente
- B. Muy Buena
- C. Buena
- D. Regular
- E. Mala

**4- El día y horario de realización es:**

- A. Excelente
- B. Muy Bueno
- C. Bueno
- D. Regular
- E. Malo

**5- ¿Cómo te enteraste de esta obra de teatro?**

.....

.....

.....

**6- Cometarios**

.....

.....

.....

**TÁCTICA 3: SÁBADOS MUSICALES**

**Público:**

Estudiantes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba de la Ciudad de Córdoba.

**Justificación:**

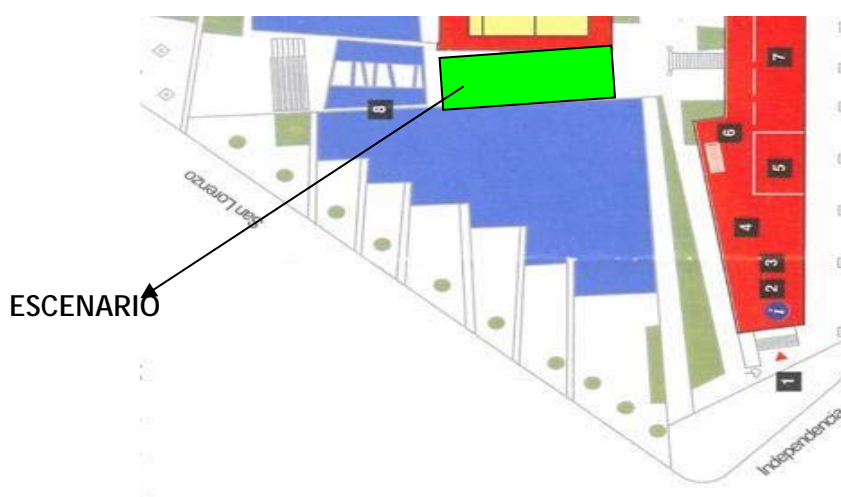
Actualmente el Paseo del Buen Pastor cuenta con eventos musicales pero se realizan de manera esporádica y es por eso que consideramos, al igual que en la acción presentada anteriormente, que resultará beneficioso darle un orden para que los jóvenes interesados en la música sepan que en un día determinado pueden encontrarla en el Paseo del Buen Pastor. Se planifican espectáculos de música, ya que fueron considerados de interés por el 34% de los encuestados consultados en la fase de investigación.



## Desarrollo:

Durante todos los días sábados comprendidos en el período que abarca el presente Plan, se desarrollarán espectáculos musicales en el Paseo del Buen Pastor que irán variando en sus estilos todos los fines de semana y que convocarán a artistas locales, ya sean grupos o solistas. El Paseo del Buen Pastor se encargará de brindar el servicio de sonido e iluminación a las bandas que se presenten.

Dichos espectáculos se desarrollarán en el sector externo del Paseo del Buen Pastor y contarán con entrada libre y gratuita. El escenario estará ubicado en el espacio marcado en el siguiente plano:



Un sábado cada dos meses se presentarán artistas reconocidos a nivel nacional variando los estilos musicales como rock, folclore, pop, etc. Para estas ocasiones especiales, se solicitará permiso municipal para cortar la calle San Lorenzo. La financiación de estos recitales se realizará en conjunto con la radio "La cien", quienes aportarán el 50 % del monto destinado a los recitales que es de \$ 10.000 y además difundirán la actividad por dicha FM.

Los sábados musicales serán comunicados mediante la revista del Paseo del Buen Pastor, carteleras, revistas universitarias, blog, etc, herramientas que se desarrollarán en los próximos programas. Además, como mencionamos anteriormente, los recitales que se realicen cada dos meses trayendo a artistas reconocidos, se comunicarán también a través de la radio "La cien".





Para cada recital, se diseñará un cartel que se colocará en la cartelera del Paseo y que tendrá el siguiente diseño:

**SABADOS MUSICALES**  
**6/12**  
**20:00 hs**

**TIERRA QUERIDA**



**Lugar: Espacio exterior**  
**Entrada Libre y gratuita**



**Paseo del Buen Pastor**  
un espacio abierto del Gobierno de la  
Provincia de Córdoba, un espacio de todos.

**Duración:**

La realización de los espectáculos musicales está prevista para todos los días sábados comprendidos en el período que abarca el presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales. Cada dos meses se presentará una banda reconocida, siendo el primer show en el mes de diciembre.

**Recursos necesarios:**Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Diseñador gráfico
- Artistas
- Sonidista
- Iluminador
- Promotoras
- Presentador

Técnicos / materiales:

- Cartel de difusión de cada uno de los shows musicales
- Sistema de sonido
- Iluminación
- Encuestas
- Remeras


Financieros: \$ 22.564 (*ver detalle en el Presupuesto*)

**Control:**

Los resultados obtenidos mediante la implementación de esta acción serán evaluados cada un mes y medio, momento en el cual dos promotoras del Paseo del Buen Pastor, con las remeras diseñadas para tal fin, asistirán a uno



de los recitales y realizarán cincuenta encuestas a los asistentes. A continuación se presenta el cuestionario diseñado:

<b>SÁBADOS MUSICALES</b>	
<b>DÍA:</b>	
<b>1- El show te pareció:</b>	<b>4-¿Con cuál de las siguientes frases estás mas de acuerdo?</b>
A. Excelente	A. Venís todos los sábados
B. Muy Bueno	B. Venís de vez en cuando
C. Bueno	C. Es la primera vez que venís y vas a seguir viniendo
D. Regular	D. Es la primera vez que venís y no vas a volver
E. Malo	
<b>2- La calidad del sonido e iluminación fue:</b>	<b>5 - Cuando venís ¿sabes de antemano que banda se presenta?</b>
A. Excelente	A. SI
B. Muy Buena	B. NO
C. Buena	C. A veces
D. Regular	
E. Mala	
<b>3- El día y horario de realización es:</b>	
A. Excelente	
B. Muy Bueno	
C. Bueno	
D. Regular	
E. Malo	
<b>6- ¿Cómo te enteraste de este ciclo musical?</b>	
.....	
.....	
.....	
<b>7- Cometarios</b>	
.....	
.....	
.....	

Por otra parte, esta actividad se evaluará en la encuesta general que se realizará cuando concluyan los seis meses de duración del Plan de Relaciones Públicas e Institucional. Se espera que los encuestados relacionen al Paseo del Buen Pastor con los espectáculos musicales.

#### TÁCTICA 4: DOMINGOS DE CINE

**Público:**

Estudiantes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba de la Ciudad de Córdoba.



### **Justificación:**

Siguiendo la lógica utilizada en las acciones presentadas anteriormente, se propone asignar un día a la semana a la proyección de películas con el objetivo de que los jóvenes universitarios que les gusta el cine sepan que si asisten al Paseo ese día, podrán disfrutar de un largometraje. Esta actividad fue seleccionada debido a que los resultados de nuestra investigación demuestran que es elegida como actividad de interés por un gran volumen de encuestados (55%), quienes también manifestaron que les gustaría que en el Paseo del Buen Pastor se ofrezca esta actividad (40%).

### **Desarrollo:**

Todos los domingos a las 20:30 Hs., a partir del segundo mes del Plan, se proyectará en el Paseo del Buen Pastor un largometraje argentino apto para todo público. Debido a las condiciones climáticas del período en el cual se va a implementar este Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, la pantalla se ubicará en el espacio exterior del Paseo (en el mismo lugar pensado para la ubicación del escenario de la táctica anterior, ver plano) y la función se trasladará al interior de la Capilla en caso de condiciones climáticas adversas.

Cada mes las películas estarán relacionadas a un tema diferente. Por ejemplo, el primer mes tratarán sobre la familia, el segundo mes sobre el amor, etc.

Esta propuesta que tendrá entrada libre y gratuita, será comunicada a través de los canales de comunicación con los que contará el Paseo del Buen Pastor a partir de la implementación de este Plan: newsletter, carteleras, revistas, etc. Además, se diseñará un cartel para cada una de las películas que será colocado en la cartelera del Paseo y que tendrá el siguiente diseño:



**DOMINGOS DE CINE**

**7/12**

**20:00 hs**

**EL HIJO DE LA NOVIA**

RICARDO  
DARÍN

HÉCTOR  
ALTERIO

NORMA  
ALEANDRO



**Lugar: Espacio exterior**

**Entrada Libre y gratuita**



**Paseo del Buen Pastor**  
un espacio abierto del Gobierno de la  
Provincia de Córdoba, un espacio de todos.

**Duración:**

Los largometrajes argentinos serán proyectados, a partir del mes de diciembre, durante todos los domingos comprendidos en el período en el que se implementará el presente Plan.



## Recursos necesarios:

### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Técnico para audio y video
- Diseñador gráfico
- Presentador
- Promotoras

### Técnicos / materiales:

- Pantalla
- Cartel de difusión de cada película
- Sistema de sonido y video
- Encuestas
- Remeras

Financieros: \$ 1.026 *(ver detalle en el Presupuesto).*

Esta actividad tiene bajo costo debido a que el Paseo del Buen Pastor cuenta con los equipamientos técnicos necesarios.

### **Control:**

Cada un mes y medio, dos promotoras vestidas con la remera del Paseo del Buen Pastor asistirán a una de las funciones de cine y solicitarán a cincuenta personas que respondan el siguiente cuestionario:



## DOMINGOS DE CINE

DÍA:



### 1- La película te pareció:

- A. Excelente
- B. Muy Buena
- C. Buena
- D. Regular
- E. Mala

### 2- La calidad del sonido e imagen fue:

- A. Excelente
- B. Muy Buena
- C. Buena
- D. Regular
- E. Mala

### 3- El día y horario de realización es:

- A. Excelente
- B. Muy Bueno
- C. Bueno
- D. Regular
- E. Malo

### 4-¿Con cuál de las siguientes frases estás mas de acuerdo?

- A. Venís todos los domingos
- B. Venís de vez en cuando
- C. Es la primera vez que venís y vas a seguir viniendo
- D. Es la primera vez que venís y no vas a volver

### 5 - Cuando venís ¿sabes de antemano que película se proyectará?

- A. SI
- B. NO
- C. A veces

### 6- ¿Cómo te enteraste de este ciclo de cine?

.....

.....

.....

### 7- Cometarios

.....

.....

.....

Los resultados obtenidos con la implementación de este ciclo, también serán evaluados mediante el cuestionario que se aplicará al finalizar el tiempo de implementación del presente Plan y se espera que los encuestados relacionen al Paseo del Buen Pastor con esta actividad.

## PROGRAMA 3: EL PASEO COMUNICA

### Objetivos del programa:

- Fomentar, a través de un estilo de comunicación que resulte “atractivo” para los jóvenes universitarios de Nueva Córdoba, la participación de este público en las actividades realizadas.



- Generar espacios de intercambio entre el Paseo del Buen Pastor y los jóvenes universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba.

### **TÁCTICA 5: CARTELERA**

#### **Público:**

Si bien a los fines de este trabajo la cartelera se desarrollará con el objetivo de llegar a los jóvenes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba, esta herramienta servirá también para el público en general que asista al Paseo del Buen Pastor.

#### **Justificación:**

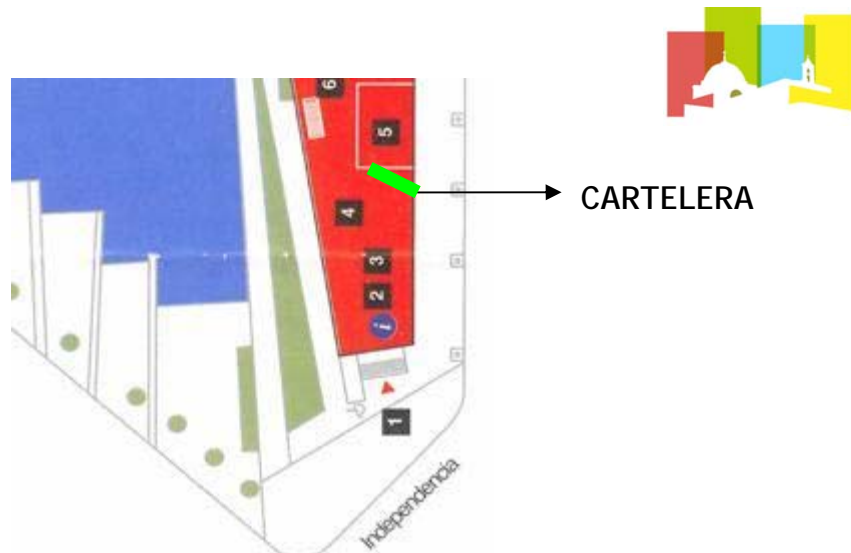
Teniendo en cuenta el gran volumen de personas que circulan por el lugar, ya sea de paso o porque asisten a alguna actividad, sería importante para el Paseo del Buen Pastor contar con una cartelera que muestre la variedad de opciones que se ofrecen para los días posteriores. Además, nuestra investigación demuestra que al 43% de los encuestados le gustaría recibir información por este medio.

#### **Desarrollo:**

La acción consiste en la instalación y actualización de una cartelera en donde se puedan exhibir la totalidad de actividades que se realizarán en el Paseo del Buen Pastor. Dicha herramienta, tendrá dos sectores principales: uno de ellos contendrá información de las actividades y el otro servirá como dispositivo en el que se colocarán los folletos de actividades en particular y la revista mensual del Paseo del Buen Pastor.

Esta cartelera será ubicada al lado del centro de Información Turística (acceso principal del Paseo). A continuación, se marca en el plano el lugar en el cual estará ubicada:





Si bien la cartelera se encontrará siempre en el mismo lugar, no estará amurada al piso ni a paredes para que pueda ser trasladada en caso de que alguna actividad lo requiera.

Para seguir con la línea de materiales utilizados en la decoración del Paseo del Buen Pastor, estas carteleras serán de acrílico y se sostendrá en dos pies de metal. En la parte inferior, tendrá compartimentos que servirán como porta folletos. En el centro del acrílico se hará un ploteo en vinilo de corte con el isologotipo del Paseo del Buen Pastor. Las dimensiones del cuerpo de la cartelera serán 1,50 por 1 metro. El diseño es el siguiente:





En este dispositivo se expondrán carteles de las actividades incluidas en el programa anterior, otros que comuniquen otras propuestas realizadas en el lugar y, además, se reservará un lugar para colocar uno que corresponde a la agenda semanal del Paseo del Buen Pastor y que tendrá el siguiente diseño:

# AGENDA NOVIEMBRE

---

**LUNES 24 - 20.30 HS.**

**LUNES DE LA VOZ**

**CONCIERTO DE VIOLINES - ESCUELA METODO SUZUKI**  
Lugar: Capilla  
Entrada libre y gratuita

**MARTES 25- 18.30 HS.**

**APERTURA DE LA MUESTRA FOTOGRAFICA ON-OFF**  
Continúa hasta el domingo 30 de noviembre en el horario de 10.00 a 22.00 hs.  
Lugar: Sala de Exposiciones  
Entrada libre y gratuita

**JUEVES 27 - 18.00 a 23.00 HS.**

**EXPOSICION DE AUTOS ANTIGUOS**  
Lugar: Espacio Exterior  
Entrada libre y gratuita

**VIERNES 28 - 19.00 HS.**

**CHARLA: TRASTORNOS ALIMENTARIOS EN LA ACTUALIDAD**  
Lugar: Capilla  
Entrada libre y gratuita (Retirar en Información Turística del Paseo del Buen Pastor el jueves 27 de noviembre entre las 10:00 y 20:00 Hs.)

**SABADO 29 - 20.00 HS.**

**SABADOS MUSICALES**

**PATA FLACA**  
Lugar: Espacio Exterior  
Entrada libre y gratuita

**DOMINGO 30 - 18.30 HS.**

**MUESTRA CIRCENCE**  
Lugar: Espacio Exterior  
Entrada libre y gratuita

**Paseo del Buen Pastor**  
un espacio abierto del Gobierno de la  
Provincia de Córdoba, un espacio de todos.



Dicho cartel se cambiará todos los lunes por la mañana y permanecerá hasta el domingo siguiente. La distribución de los carteles en la cartelera será la siguiente:



#### Duración:

La cartelera quedará instalada de manera permanente y la actualización de material se realizará a diario, ya que es necesario que nunca haya un cartel que anuncie una actividad ya realizada. El cartel que contendrá la agenda semanal se actualizará todos los días lunes.



## Recursos Necesarios:

### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Diseñador gráfico
- Persona responsable de la actualización de la cartelera y de colocar los folletos

### Técnicos / materiales:

- Cartelera
- Vinilo de corte
- Afiches A3 (30 x 42cm.), papel ilustración 120 gramos, 4/0

Financieros: \$ 2.509 (ver detalle en el Presupuesto)

## Control:

Esta herramienta se evaluará de dos maneras: por un lado, el profesional de Relaciones Públicas e Institucionales a cargo de la implementación de este Plan, visitará el lugar mensualmente para realizar una observación basada en la siguiente guía:

DÍA:	
<b>CARTELERA</b>	
ASPECTO A EVALUAR	OBSERVACIONES
Cantidad de carteles	
Actualización	
Estado de los carteles	



Distribución de carteles	
Cartel de Agenda (presencia, estado, ubicación)	
Cartel Momentos de cine (presencia, estado, ubicación)	
Cartel Sábados musicales (presencia, estado, ubicación)	
Cartel Domingos de cine (presencia, estado, ubicación)	

Otra forma de evaluar los resultados de la implementación de la cartelera será a través de las encuestas diseñadas para los ciclos propuestos en el programa anterior, se espera que las personas consultadas mencionen enterarse de esas actividades por este medio.

Por otro lado, los resultados alcanzados luego de la implementación de la cartelera, serán evaluados al final del Plan cuando apliquemos una encuesta similar a la utilizada en la etapa de investigación, esperando como resultado que las personas consultadas mencionen recibir información del Paseo del Buen Pastor por medio de este canal.

#### **TÁCTICA 6: REVISTA DE DISTRIBUCIÓN GRATUITA**

##### **Público:**

Estudiantes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba (también servirá para comunicar al resto de los públicos del Paseo).

##### **Justificación:**

Es de suma importancia para una organización que ofrece diversas actividades, contar con una herramienta de comunicación que le permita dar



información sobre cada una de ellas. Si bien actualmente el lugar cuenta con un díptico en el que se informan las actividades mensuales, solo se las nombra debido a que las dimensiones no le permiten incluir más información. Consideramos que, además del título de cada muestra, obra de teatro o show, es importante que se cuente un poco sobre cada una de ellas con el objetivo de motivar e invitar a las personas a participar. Otro motivo por el cual se propone la revista de distribución gratuita, es porque fue mencionada por el 30% de los encuestados consultados en la fase de investigación, como medio por el cual les gustaría recibir información sobre las actividades del Paseo del Buen Pastor.

#### **Desarrollo:**

Se desarrollará una revista de 16 páginas que contendrá diversos temas sobre el Paseo del Buen Pastor, pero cuyo núcleo, sea la información de las actividades que se desarrollarán en un mes determinado. Contendrá también información sobre las actividades realizadas en el mes anterior, sección de fotos estilo “sociales” tomadas en los eventos realizados y en el parque del lugar, y una nota principal en la cual se comentará la actividad mas relevante que ofrecerá el Paseo del Buen Pastor en el mes.

Esta revista, que en esta primera etapa será bimestral y tendrá una tirada de 15.000 ejemplares, será de distribución gratuita y estará disponible desde 4 días antes de que comience el primero de los meses sobre los cuales brinda información, en la cartelera que se ubica en el acceso principal del Paseo del Buen Pastor, las que tendrán un espacio para contenerlas en su parte inferior. La redacción de las notas estará a cargo del profesional de Relaciones Públicas e Institucionales, quien recibirá la información en bruto sobre las actividades y les dará el formato necesario para incluirla en la revista.

El nombre de la revista será *Alternativa*, haciendo referencia a la opción cultural en la que se transforma el Paseo del Buen Pastor para los jóvenes de Córdoba. El Paseo es una alternativa que tiene este público para realizar



actividades culturales, de recreación, ver a sus grupos de música preferidos, asistir a obras de teatro, etc.

Como dijimos anteriormente, la revista contendrá 16 páginas distribuidas del siguiente modo:

- La página número 1 corresponde a la tapa y será dedicada a la actividad más relevante del mes. Estará compuesta por un diseño que ilustre dicha actividad y un título. También en esta tapa se incluirán los títulos más pequeños del resto de las notas contenidas en la revista.
- En las páginas 2 y 3 se ubicará la nota principal de la revista que se referirá a la actividad mas relevante que el lugar proponga para un mes determinado. Esta nota podrá adoptar forma de entrevista, comentario de alguna persona experta en el tema, etc. Además, en la página 2 se ubicará la sección editorial a cargo del Gerente del Paseo del Buen Pastor, que ocupará un tercio vertical de página sobre el extremo izquierdo.
- En las páginas comprendidas entre la 4 y la 11, se encontrará la información de las actividades que se realizarán durante los dos meses de vigencia de la revista ordenadas según la fecha. Cada actividad tendrá la fecha, horario, lugar en el que se realizará dentro del Paseo, costo de la entrada (en caso de que no sea gratuita) y una breve reseña para que los lectores puedan enterarse de que se trata y motivarse a participar.
- La página 12 contendrá información sobre algunas de las actividades mas relevantes del mes que pasó, se mostrarán fotos de las mismas y se incluirán comentarios de personas que asistieron.
- En la décimo tercera página se incluirán noticias sobre el Buen Pastor.
- En las páginas 14 y 15, se colocarán fotos tomadas a las personas que asistieron a las diversas actividades realizadas durante los meses anteriores. Para este punto, se elegirán tres actividades mensuales a las cuales asistirá el fotógrafo. También se sacarán fotos un domingo al



mes en la parte exterior del Paseo del Buen Pastor para que sean publicadas en esta sección.

- La página 16 es la contratapa, este espacio se dedicará a mostrar un aspecto del Paseo del Buen Pastor y la explicación de su significado. Por ejemplo, en el primer número se contará la historia del lugar y se mostrarán fotos ilustrativas; en el segundo número se mostrará la distribución de espacios de la Capilla y se explicará el significado de dicha distribución, etc.

Además de las notas principales que acabamos de mencionar, la revista incluirá también los datos de contacto del Paseo del Buen Pastor e invitaciones para que los lectores se suscriban al newsletter y visiten el blog.

Se podrá acceder a esta revista de distribución gratuita, retirándola de la cartelera que se encontrará en el acceso principal del Paseo del Buen Pastor. Las revistas quedarán en poder de la persona que esté a cargo del Centro de Información Turística, quien será responsable de ir reponiendo revistas a medida que se vayan acabando.

A continuación se presentará el diseño que proponemos para esta herramienta de comunicación:





TAPA

# alternativa

Revista Cultural del Paseo del Buen Pastor  
Año 1 - Número 1  
Diciembre 2008/ Enero 2009

# 01

## HUMOR A LO GRANDE



**4**

Agenda completa de  
diciembre y enero

**12**

Lo que pasó

**14**

Encontrate:  
imágenes de lo que  
pasó

**16**

Curiosidades del  
Buen Pastor:  
Recorriendo su historia



Nota de tapa

# HUMOR A LO GRANDE

Se presenta en el  
Buen Pastor la muestra  
"El Mundo según Mafalda"

## Cronología de Mafalda

- 1962: Quinto dibuja Mafalda como parte de una campaña para las lavadoras Manifield, pero ésta no se realizó.
- 1964: En el suplemento humorístico "El Mundo y la revista" Leopoldo Uspensky crea tres tiras de Mafalda. El mismo año comienza a publicarse en la revista Primera Plana. Aparecen como personajes Mafalda y su papá, y luego de algún tiempo la mamá.
- 1965: Quinto se traslada al diario El Mundo y Mafalda se apresura a comenzar el jardín de infantes. El mismo año Quinto crea a Felipe, Manolito y Susanita.
- 1966: Aparece Manolito.
- 1967: La madre de Mafalda se entera de que está embarazada. Ese mismo año cierra el diario El Mundo y Mafalda deja de aparecer por cinco meses.
- 1968: Mafalda vuelve a publicarse, esta vez en el semanario "Siete Días" ilustrado y con cuatro tiras por semana. Nace Gato, hermano de la protagonista.
- 1969: El papá de Mafalda se compra un Citroën 2 CV (versión de lujo económica, tipo de la clase media argentina en los años sesenta y setenta).
- 1970: Aparece Libertad.
- 1972: Aparece la última tira cómica de Mafalda.
- 1976: Quinto realiza un álbum que ilustra los principios de la Declaración de los Derechos del Niño con los personajes de Mafalda.



QUINTO

En el mes de diciembre se presentará en el Paseo del Buen Pastor una muestra que invita a recorrer la historia de uno de los personajes más queridos de nuestro país: Mafalda.

Esa historieta fue creada por Quinto en 1964, cuyo personaje principal es una niña de clase media argentina con una actitud comprometida ante el mundo. Mafalda es una pequeña preocupada por la humanidad y la paz mundial, que se rebela contra la manera en que es el mundo, aparece en tira cómicas en diarios argentinos entre 1964 y 1972, y fue también muy popular en Latinoamérica en general, España, Italia, Francia y otros países europeos. Esta historieta fue traducida a más de treinta idiomas.

A Mafalda le gustaba jugar con sus amigos, su consulta preferida con los papá porque, que le gustaba tanto que se podía hacer de papá para jugar con ella. También le gustaba leer este Poemita. En los años sesenta la historieta de Mafalda sonó el ejemplo de la independencia política y política de los años sesenta. Hasta el 15 de junio de 1992. Sin duda es una de las propuestas de la muestra, llamada "El Mundo según Mafalda", se inaugurará el jueves 3 de diciembre y se podrá disfrutar hasta el 28 del mismo mes en la sala de exposiciones del Paseo del Buen Pastor, desde las 10:00 y hasta las 22:00 hs. El costo de la entrada será de \$7 y los estudiantes universitarios con breves descuentos a un descuento del 50%.

La exhibición cuenta con el famoso Círculo Blanco que manifiesta el papel de Mafalda. En el interior del círculo rojo, se ven las figuras planas de cada uno de los integrantes de la familia tipo de clase media retratada por Quinto. La muestra respeta el formato de la tira cómica con decenas de modelos planos, presentados en el blanco y negro original de cada caracterización, desde Manolito a Susanita, 120 tiras coloreadas a mayor escala y que ejemplifican situaciones o ideas que no perdieron vigencia a pesar de las décadas que pasaron desde su publicación. Una propuesta del Paseo del Buen Pastor para grandes y chicos que no pueden dejar pasar. ¡Te esperamos!

## Editorial

En un verdadero placer darles la bienvenida a este primer número de ALTERNATIVA, la revista mensual del Paseo del Buen Pastor creada para que todos puedan conocer la variedad de actividades que se ofrecen en este lugar.

Siempre es un verdadero desafío comenzar a publicar una revista y hoy es para nosotros un suceso cumplido, un lugar en donde podremos mostrar lo que hacemos diariamente con tanto entusiasmo y dedicación.

El Paseo es un espacio de encuentro con la gente, con quienes participan de actividades como talleres, cursos, charlas, etc. y quienes nos ayudan a descubrir la historia, la cultura y el patrimonio de una manera muy especial, te invita a que lo recorras y descubras cada uno de sus atractivos.

En esta revista te vamos a contar cómo fueron las actividades que pasaron y cuáles se vienen, también incluiremos notas con los protagonistas de las principales actividades, fotos de los eventos y te vamos a contar más sobre el Paseo del Buen Pastor.

La invitación esta hecha, pásala, lee y búscanos nuevamente en febrero. Bienvenidos... y a disfrutar del Paseo del Buen Pastor



Los Marcos Díaz  
Gerente del Paseo del Buen Pastor



**LUNES 1/12 - 20.30 HS.**

**LUNES DE LA VOZ / EUSEMIOS**

Grupo vocal de raíz folclórica integrado por Cecilia Reynoso (soprano), María Elisa Juárez (mezzosoprano), Teresa Funes (contralto), Rubén Priola (dirección, arreglos, tenor) y Román González (bajo). Eusemios aborda desde 2005 un repertorio de música argentina y latinoamericana interpretando autores referenciados como: Manuel Castillo, folclóricos Valdesinos y Ramón Nájera.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes

La entrada es libre y gratuita

**MIÉRCOLES 3/12 - 18 HS.**

**EL MUNDO SEGUN MAFALDA**

Inauguración de la muestra que se podrá disfrutar en el Paseo del Buen Pastor hasta el domingo 20 de diciembre. El programa completo en páginas 2 y 3)

Horario: de 10.00 a 22.00 hs. (el acto de inauguración se realizará a las 18.00 hs.)

Lugar: Sala de exposiciones del Paseo del Buen Pastor

Costo de la entrada: \$ 10



**JUEVES 4/12 - 20 HS.**

**MOMENTOS DE TEATRO / CARAMELO DE LIMON**

En la primera entrega del ciclo "Momentos de teatro", se presenta esta obra dirigida por Ricardo Sud que sigue cosechando aplausos en los escenarios cordobeses. Una puesta cargada de "misterio" en la que cada personaje esconde secretos que se irán revelando a lo largo de la obra. El texto fue escrito en 1991, que se desarrolló, desde principio a fin, en absoluta oscuridad bajo el nombre de Sombón aditkú, en el año 1996 actores franceses la recrearon en el Théâtre National della Colline de Paris (Francia). Un espectáculo al que no se puede faltar. Más que una obra de teatro, es una experiencia.

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor

Costo de la entrada: \$ 20



**VIERNES 5/12 - 20 HS.**

**MOMENTOS DE TEATRO / CARAMELO DE LIMON**

(Ver detalle en jueves 4)

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor

Costo de la entrada: \$ 20

**SABADO 6/12 - 20 HS.**

**SABADOS MUSICALES / TIERRA QUERIDA**

Este trio de pianos y voz que interpreta canciones de tango y folclore, se presentará en el Paseo del Buen Pastor en viernes del Día de la Tradición. El conjunto está compuesto por Micaelena Fernández, Ángel Morales y Juan Carlos Callella. El Grupo, que comenzó en el año 2007, una vez que los dos miembros masculinos se jubilaron. Se llama Tierra Querida haciendo alusión al reconocido tango de Luis Díaz y a una zarzuela de Mahatupa Tupanqui.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes

La entrada es libre y gratuita



**DOMINGO 7/12 - 20 HS.**

**DOMINGOS DE CINE: EL HIJO DE LA NOVIA**

En la primera entrega de este ciclo, se proyectará esta película que cuenta la historia de Rafael (Ricardo Darín) quien vive metido en el restaurante de su padre (Héctor Alterio), carga con un divorcio, pasa poco tiempo con su hijo Vicky (Germán Molteni), no tiene amigos y alude al compromiso con una mujer (Silvia Ballester) que sufre de Mal de Alzheimer. Pero una serie de acontecimientos lo obligarán a replantearse su situación y le ofrecerá a su padre cumplir el viejo sueño de su madre: casarse por iglesia. Dirigido por Juan José Campanella.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes

La entrada es libre y gratuita



**LUNES 8/12 - 20 HS.**

**LUNES DE LA VOZ**

**GORO DE LA FAG. DE ARQUITECTURA**

Dirigido por Gustavo Maldino, el Coro presentará un repertorio de música afrocaribena, boleros y de los años 50. En el concierto se podrá escuchar material musical que el director tuvo a su disposición al momento de grabar el disco "Goro de la faga de arquitectura" un Festival Internacional que reunió a coreógrafos y directores de coro de distintos países del mundo.

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor

La entrada es libre y gratuita



**MAÑES 9/12 - 18.30 HS.**

**CHARLAS VIOLENCIA EN LA PAREJA**

Grupo vocal de raíz folclórica integrado por Cecilia Reynoso (soprano), María Elisa Juárez (La Lic. en Psicología) y Rubén Priola (Lic. en Psicología). El grupo abordará temas relacionados con la violencia y a actuar frente a ellos.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes

La entrada es libre y gratuita



**JUEVES 11/12 - 20 HS.**

**MOMENTOS DE TEATRO**

**CARAMELO DE LIMON**

(Ver detalle en jueves 4)

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor

Costo de la entrada: \$ 20



**VIERNES 12/12 - 20 HS.**

**MOMENTOS DE TEATRO**

**CARAMELO DE LIMON**

(Ver detalle en jueves 4)

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor

Costo de la entrada: \$ 20

**SABADO 13/12 - 20 HS.**

**SABADOS MUSICALES / LA CARTELERA**

Esta banda que reúne Carlos Paz en 1998 está integrada por once jóvenes que ejecutan teclados, voces, guitarras, bajo e instrumentos de viento. Compartieron escenarios con numerosas bandas locales y han participado de shows de gran importancia, como "The Waiters", "Slapando" y "La Falsa Rock 2012", entre otros. El repertorio incluye canciones propias y covers de Shalalies, Bob Marley y la música latinoamericana.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes

La entrada es libre y gratuita



**DOMINGO 14/12 - 20.30 HS.**

**DOMINGOS DE CINE:**

**ESPERANDO LA CARROZA**

Estrenada en 1985, esta película es considerada un clásico para el cine nacional. Con la actuación estelar de Antonio Gasalla interpretando al siempre vigente personaje "Maná Coa", el film ofrece una serie de confusiones en torno a la muerte de la anciana que hacen imposible el aburrimiento del espectador. Basada en una obra teatral de Jacobo Langsner y adaptada por el propio Langsner y Juan José Campanella, la película narra la historia de un hombre que espera la llegada de la carroza de los difuntos.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes

La entrada es libre y gratuita



LUNES DE LA VOZ  
HUMANAO

MOMENTOS DE TEATRO: MI CLONAZEPAM



**MOMENTOS DE TEATRO  
NI CLONAZEPAM**

En primer contacto con la música fue a los 3 años, cuando comenzó una canción por la que aprendió a cantar. Desde entonces, los instrumentos musicales han estado presentes en su vida. Al 9 años, "Fratellino" y los finalista. A la misma edad cantó en el programa de Juana después de interpretarlo "le pido a Dios" de Linos Greco, entre los cual 10 años después el 19 de agosto de 2000, se hizo famoso internacionalmente al cantar en el Vaticano frente al Papa Juan Pablo II y a más de 2.000 millones de jóvenes de todo el mundo durante el Festival del Mundo representando a Latinoamérica. Luego diversas presentaciones en diversos continentes cantando zambos y chancas, fue despedido por el Vaticano. Después de eso, el productor cubano buscó cantantes nuevos y jóvenes talentos, Luciano llegó ahí después en el año 1998 con "Amamecillo", su primera placa discográfica, compuesta de 13 canciones en donde su voz recorre las más bellas y románticas melodías en los ritmos de valses y boleros, combinados con chancas y géneros tradicionales como la zambra y el canavalito. Con 260.000 placas vendidas se convirtió en el éxito del año, siendo galardonado con el "Cuadruple de Platino".

El valdense llega al Páramo del Buen Pastor para despedir el año. Te esperamos para compartir un momento especial con el artista.

En el año 2001 Luciano recibió el Premio "Garibaldi" al Artista Expatriado del año.

En el año 2001 Luciano recibió el Premio "Garibaldi" al Artista Expatriado del año.

En el año 2001 Luciano recibió el Premio "Garibaldi" al Artista Expatriado del año.

**DOMINGOS DE CINE:**  
**TOCAR EL CIELO**

[illegible]

Marcos Camévale.  
 Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes  
 La entrada es libre y gratuita

6

28/12

LUNES DE LA VOZ  
REVIVIR

CHARIA LITERARIA: IAN FILLON



MOMENTOS DE TEATRO: ESTRELLA NEGRA

**MOMENTOS DE TEATRO**  
**ESTRELLA NEGRA**

**SABADOS MUSICALES  
ESTEBAN REYES Y SU CORTE LATINO**



**DOMINGOS DE CINE:**  
**LUNA DE AVELLANEDA**

**Lugar:** Espacio exterior, fuente de aguas danzantes



## MUEHROGES 14/1

Para recibir al 2009 con toda la energía se realizará en el Paseo del Buen Pastor un show de fuegos artificiales que iluminará al cielo de la Ciudad de Córdoba. Un verdadero show que combinará lo espectacular de los colores en el cielo, con un show de aguas danzantes y la mejor música para emocionarse. Los invitamos a acompañarnos en esta noche tan especial en la que los sueños van a hacerse realidad.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes.  
La entrada es libre y gratuita.

**SABADO 3/1-20.00 HS.**  
**SABADOS MUSICALES**  
**LA PATA DE LA TUERTA**

Esta banda se forma a mediados del año 2000 en la ciudad de Córdoba. Sus primeras influencias fueron el reggae y el ska. En agosto de 2001 graban el primer CD con 6 canciones y lo presentan en pubs y teatros de la ciudad y la banda inicia una gira que los llevará a actuar durante un mes en la costa bonaerense y aquellas primeras influencias van quedando diluidas dentro de un power rock fusionado con influencias de rock latino (Molotov, Café Tacuba) y otros (Mano Negra).

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes.

La entrada es libre y gratuita.

**DOMINGO 4/1 - 20.30 HS.**

Torres (Adrián Sureda) se sabe como casar a su mujer, la Tana (Valeria Portuocelli), para desfogarse. Ella quiere separarse, ya que con la relación se le hace insostenible debido a su virilpote casto. Ella vive constantemente malhumorada. Carlos, amigo del Torres, le propone inventar un problema, y le propone que la Tana lo abandone a él. Como le presenta una propuesta recurra al Cordero Flores (Gabriel Gudiño), un viejo seductor irresistible que seducirá a su mujer hasta el enamoramiento.

(Dirigida por Juan Taratuto).

Lugar Espacio exterior, fuente de aguas dormantes

Logar de la entrada: 512

**WUEVES 9/1-20 11S.**

Este espectáculo de Teatro Circo del grupo bonerense La Pipitusa es un delicioso mix de Ópera Prima y Sin Escritas. Tres downs y un musical como despliegan todo serie de números circenses: acrobacias, juggling, teatro musical, mimo, danza contemporánea, etcétera. Los participantes en este concurso son los propios integrantes de la compañía, que se reparten el premio en función de su actuación. En esta ocasión, el ganador fue el grupo ganador del Premio ACE 2007 al mejor espectáculo circense por su espectáculo Sin Escritas.

Lugar: Capilla del Páseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$12

**VIERNES 9/1 - 20 Y 22 HS.**  
(Ver detalle en jueves 8)

(Ver detalle en jueves 8)  
Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$12

## DOMINGO 11/1 - 20.30 HS.

Es una historia de amor tardío. De dos vidas que al final del camino descubren que nunca se están para estar en para estar. Ella (Chira Zúñiga) tiene 82 años, de edad; él (Juan Solís) un año solitario un día. Él es un hombre de bien, que cumple con su deber. Al quedar viudo, se dedica a cuidar a su hijo, un niño de 12 años, que se llama Juan. Él es un hombre de bien, que cumple con su deber. Al quedar viudo, se dedica a cuidar a su hijo, un niño de 12 años, que se llama Juan. Él es un hombre de bien, que cumple con su deber. Al quedar viudo, se dedica a cuidar a su hijo, un niño de 12 años, que se llama Juan.



## MUEHROGES 14/1

Con una verisaje que se realizará a las 18.30 hs. en la Sala de Exposiciones se inaugurará la muestra fotográfica "Cerrazón" de Carolina Santos y permanecerá hasta el domingo 30. Se exponen una serie de fotografías color cuyo eje temático es la presencia de una espesa neblia. Las fotos fueron tomadas durante el invierno del año 2007 en la ciudad de Buenos Aires.

Duración: del 7 al 18 de noviembre

Horario: de 10.00 a 22.00 Hs. (el acto de inauguración se realizará a las 18.30 Hs)

Lugar: Sala de exposiciones del Paseo del Buen Pastor

## JOURNÉE 15/1 - 20 HS.

Esta obra del grupo cordobés Rodando, se presenta por primera vez en el Paseo del Buen Pastor, luego de una gira por el interior de la provincia con espectáculos a sala llena. Esta comedia dramática está destinada a jóvenes y susyllos prometedores sorprende al espectador. Un escenario casi vacío, salvo por una mesa al fondo y un vaso con agua. De pronto de la sombra emerge un hombre en silla de ruedas, unas telas, un espejo, impregnado en el público una noche monótona. Comenzamos a conocer, pero muy diferente. Lenguaje cinematográfico, imágenes minuciosas. Nuestro hombre en silla de ruedas irá recorriendo relatos casi móviles que nacen en dirección contraria en una ruta, pero cuando se cruzan suceden las cosas que no te puedes perder.

Lugar: Capillo del Paseo del Buen Pastor  
Fecha: 12 de mayo de 2011  
Costo de la entrada: \$ 7

## VIERNES 16/1 - 20 y 22 HS.

(Ver detalle en jueves 15)  
Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$ 12

**SABADO 17/1 - 20 HS.**

Esta banda curuleso integraba exclusivamente por mujeres, se formó en el año 2002, y desde entonces creció limitadamente hasta ganar un lugar en el folk del interior del país. Conseguida como la mejor banda del Cívico-Fest Festival Buenos Aires 2002, Lucila Cuervo ganó un viaje a L'Espresso para tocar en el mismo lugar que décadas atrás albergó a The Beatles. Allí las chicas viajaron por primera vez al extranjero, a un festival de música folclórica en la ciudad de Garmisch, un pueblo de Europa. Además, fueron invitadas a las últimas tres ediciones del Cívico Folk, un uno de los festivales más importantes del país en este estilo musical. Composición de la banda: Mariana Pellegrini (voz y guitarra), Laura Volobodo (batería y coros), Tini Bertero (bajo y coros).

**La entrada es libre y gratuita**

## DOMINGO18/1-20.30 HS.

**EL MISMO AMOR, LA MISMA LLUVIA**

Jorge (Ricardo Darín), de 28 años, es la joven promesa de la literatura argentina, aunque en su vida conoce a Luján (Sofía Villani), una sofisticada camarera que sabe esperar el regreso de su novio del que no tiene noticias desde hace meses. Luján y Jorge se escriben literatura: él, la de la convicción de que Jorge posee un gran talento, se empeña en que escriba literatura "de verdad". Los dos discuten, descubren las alegrías, las ilusiones, las delusiones y la esperanza de una pizarra de personajes y a su entorno, narrados con humor, emoción, grandes dosis de ironía y una pizca de sarcasmo.

**La entrada en escena** Fuente de aguas hirvientes  
**La entrada en libro y grata**

**MUESTRA DE FOTOGRAFIA: CERRAZON**

0 hs. en la Sala de Exposiciones se inaugurará la muestra y permanecerá hasta el domingo 30. Se exponen una serie de fotografías de la presencia de una especie de niebla en la ciudad de Buenos Aires.

## MOMENTOS DE TEATRO: RODANDO

[illegible]

## MOMENTOS DE TEATRO

(Ver detalle en jueves 15)  
Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$ 12

**SABADOS MUSICALES**  
**LUCILA CUEVA**

ente por mujeres, se formó en el año 2002 y desde ese momento ganó un lugar en el rock del interior del país. Consecuentemente, Lucila Cuenca ganó un viaje al Festival Buenos Aires 2005. The Beatles. Allí, las chicas fueron recibidas tras haberse alojado en la casa de los músicos. Después de eso, ellas viajaron a Los Angeles y luego realizaron una gira de tres meses tocando en ciudades como Los Ángeles, San Francisco y Nueva York. En 2006, las chicas viajaron a las últimas tres ediciones del Cosquín Rock, uno de los festivales más importantes del mundo. Composición de la banda: Lucila Cuenca (voz), Trini Bertero (batería y coros) y Lucila Cuenca (bajo y coros).

Lucila Cuenca

**DOMINGOS DE CINE:**  
**EL MISMO AMOR, LA MISMA LLUVIA**

ven promesa de la literatura argentina, aunque en se escribe para una revista de actualidad. Una noche de día caminara que aque convertien en paipé, y ella, meses. Laura y Jorge se convierten en "de verdad", se empuja en que escriba literatura "de verdad", dando y su relación acaba en ruptura. A lo largo de casi y las deslustraciones y la esperanza de estos dos amor, emoción, grandes dosis de ironía y una pizca de



MARRIES 27/1-19 MS.

**DEGUSTACION DE VINOS**

Se realizará en la Sala de Exposiciones una degustación de vinos mendocinos en la que participarán famosos bodegas argentinas de esta provincia andina. Auspiciado por la Secretaría de Turismo mendocina, el evento contará también con la presencia de reconocidos catadores que enseñarán a los presentes las bondades de esta bebida. Además de degustar vinos, también se podrá recorrer los alrededores de esta bebida. Los asistentes a los asistentes a visitar esa provincia.

Lugar: Sala de Exposiciones  
Entrada gratuita (retrasar invitaciones en la Sala de Exposiciones del Paseo del Buen Pastor el lunes 26 desde las 10 y hasta las 18 hrs.)



**MIERCOLES 28/1**

Hasta el domingo 1 de febrero permanece abierta la exhibición de diseño e indumentaria del textil "Panda se muestra", denominada a exponer el proceso creativo y artístico de los alumnos de primero y segundo año que cursan cine en Fundación Pacífica de Córdoba, institución que nuclea a diseñadores independientes de la Provincia de Córdoba y alrededores. Figuras como accesorios, máscaras, dibujos, bocetos, pintados, prendas terminadas, telas diferentes, manipulaciones a escala de vestidos serán algunos de los tantos elementos que en diferentes momentos podrán verse durante el Faso del Buen Pastor, en los cuales más de 20 mujeres presentan sus mejores propuestas.

Duración del 26 de enero hasta el 1 de febrero

Duración: del 28 de enero hasta 1 de febrero  
Horarios: de 10 a 22 Hs.  
Lugar: Sala de Exposiciones  
La entrada es libre y gratuita



WEDNES 29/1 - 20 HS.

MOMENTOS DE TEATRO: MIS COSAS FAVORITAS

[illegible]

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$ 12



**VIERNES 30/1 - 20 Y 22 HS.**  
**MOMENTOS DE TEATRO**  
**MIS COSAS FAVORITAS**  
(Ver detalle en jueves 29)

(Ver detalle en jueves 29)  
Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$ 12



SABADOS MUSICALES / REV MOMO

Esa banda se formó a comienzos del año 1968. Después de algunas presentaciones en bares, en 1967 se conectaron con el Sindicato Argentino del Pop. Hoy, ya cuentan entre unos 800 personas. Participaron como banda soporte en el último recital de la primer Poder Patagónico Tour, en los que ANIMAL presentó su disco Poder Latino. En 1968 sacan su primer CD con S'temas propios. Los temas más conocidos son "El mundo es un pañuelo", "La vida es una fiesta", "El amor me da miedo". El segundo álbum fue "Frente y al Contrario". Luego de tres presentaciones en MacLuski Music, los programó Rock & Roll para el Festival de la Juventud Federal, en Volcán de los Andes. Allí, en marzo de 2000 graban su segundo disco.

En 1998, cuando ya habían pasado diez años de las primeras actuaciones, los chicos de Agave danzantes decidieron publicar su primer trabajo discográfico. La entrada es libre y gratuita.

2000 graban su segundo disco.  
Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes.  
La entrada es libre y gratuita.

WEDNESDAY 20/1 - 10.30 HS.

El famoso profesor de tango cordobés Eugenio Benito, ofrecerá una charla en el Paseo del Buen Pastor para hablar de esta danza que ha trascendido los tiempos y que actualmente vive una ola de popularidad que no se veía de hace varias décadas. Los jóvenes se integran a la danza y hacen parte de sus preferencias musicales, los extranjeros la buscan para admirarla, los grandes la disfrutaban con nostalgia. Un momento para recorrer juntos el recorrido de esta danza desde sus

**Lugar:** Capilla del Paseo del Buen Pastor  
**La entrada es libre y gratuita**



## MOMENTOS DE TEATRO: UNO NUNCA SABE

En esta obra, a cargo del Grupo de Teatro del Medio de Neuquén, cuenta la historia de dos mujeres en un mundo donde ellas son dominadas por los hombres. El texto plantea una crítica social a través de los personajes, que viven en un mundo de violencia y odio. El texto plantea una crítica social a través de los personajes, que viven en un mundo de violencia y odio.

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$ 20



**MOMENTOS DE TEATRO  
UNO NUNCA SABE**

Ver detalle en jueves 22)

Lugar: Capilla del Paseo del Buen Pastor  
Costo de la entrada: \$ 20



**SABADO 24/1 - 20 HS.**

**SABADOS MUSICALES**  
**FRUGA SATIVA**

Grupo cordobés de rock conformado por tres artistas locales que vienen trabajando con la familia. El músico, Gabriel Pedemonte es ganador de premios en Buenos Aires, amado a Luis Beltrón, el trovador del rock cordobés, y al contendiente aporte de la bajista Brenda Martín (ex Lucía Cueva). El grupo presenta canciones de desarrollo melódico-logarítmico, sobre secciones rítmicas de batería y bajo. Las letras son en momentos, introspectivas o bien sociales. Un repertorio formado por canciones propias y de otros autores. En la actualidad, el grupo está conformado por tres integrantes: Gabriel Pedemonte, Brenda Martín y el bajista, Juan Carlos. Una vez más, que la compañía de escenarios con reconocidos artistas como la Banda Intocables, que participó en el último verán del Cosquín Rock, con el presente repertorio de este grupo de rock.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes  
La entrada es libre y gratuita



**DOMINGOS DE CINE:  
NUCES PARA EL AMOR**

¿Puede un amor adolescente recordarse toda una vida? Esa es la pregunta que surge en *Nueces para el amor*. Corre el año 1975. Sus Gensens, grupo de rock argentino, da su recital de despedida. Para la salida del mismo, Alicia (Gleiza Martínez) y Marcelo (Nicolas Pauls) se conocen. Fuera de la admiración compartida por el dúo musical, nada parece unirlos, pero en embargo hay entre ellos una atracción instantánea y viven un romance arrollador. Alicia siente que su "compromiso social" es más importante y siente que no puede continuar. Pero el tiempo destino los volverá a cruzar en distintas oportunidades y en momentos muy especiales para cada uno de ellos.

Lugar: Espacio exterior, fuente de aguas danzantes  
La entrada es libre y gratuita



## noticias del buen pastor

## Llegan dos nuevos ciclos al Paseo del Buen Pastor

Prator dos meses de diciembre se estrenan en el Paseo del Buen Retiro las películas de la colección *El mundo de los niños*. Comenzando el segundo fin de semana del mes, los niños y niñas podrán disfrutar de las películas de los clásicos de Disney. Los sábados los jóvenes y jóvenes se presentarán en la Capital del Teatro los clásicos de teatro de grupos conobidos. Los jueves se desfilará una función a las 20 hs. y los viernes habrá una función a las 20 y 22 Hs. La entrada tendrá un costo de \$ 17 y los estudiantes universitarios lo tendrán un descuento del 50% presentando su libreta universitaria. Por otro lado, todos los domingos se proyectarán los arquetipos en castellano aptos para todo público en los arquetipos en castellano aptos para todo público en las películas adaptadas exterior del Paso. Todos los meses las películas se adaptarán sobre un tema distinto. En este primer mes, las películas hablabán de la familia y de las diferentes concepciones que actualmente se tiene de este término. Las funciones se realizarán a las 20.30 Hs y la entrada será libre y gratuita.

Te invitamos a que participes de estas nuevas propuestas que el Paseo del Buen Pastor te ofrece. ¡Te esperamos!



## Primer Espacio Wi - Fi

El Paseo del Buen Pastor se convirtió en el mes de octubre en el primer espacio público WI - Fi de la Ciudad de Córdoba. Esta tecnología permitirá que todas las personas que así lo deseen, puedan conectarse a Internet desde su notebook de manera totalmente gratuita desde cualquiera de los espacios del Paseo, incluso en el sector externo de la fuente de agua.

El uso en el sector externo de la red de agua  
Wi-Fi es la tecnología de comunicación inalámbrica de banda  
ancha creada originalmente para establecer redes locales -conec-  
tando computadoras y otros equipos entre sí-. Su uso se expandió  
rápidamente hasta convertirse en sinónimo de acceso inalámbrico  
a Internet. Este sistema, que permitirá navegar con una velocidad  
de 3 megabytes, posibilitará el acceso simultáneo de 3000

En unos pocos años, como si se tratara del agua o de la luz, en muchas ciudades del mundo Internet será un servicio público y gratuito. Hoy el Páso del Buen Pastor se adelanta a esa tendencia ofreciendo Internet libre a todos los usuarios que asistan al lugar. Así, las ciudades que ya cuentan con espacios públicos Wi-Fi, se suman a San Francisco, Philadelphia y Nueva Orleans, las tres en Estados Unidos. Actualmente en Nueva Orleans se fue la única conexión inalámbrica de Internet en el mundo. En Europa, se está desatando el huracán Finanzas. También en Europa se están creando espacios que permiten el acceso libre a Internet, siguiendo la tendencia mundial. Te invitamos a que nos visites y conozcas de nuevo, mejorado.

¿Querés dejarnos un mensajito? Entrá en [www.paseodelbuenpastor.blogspot.com](http://www.paseodelbuenpastor.blogspot.com)

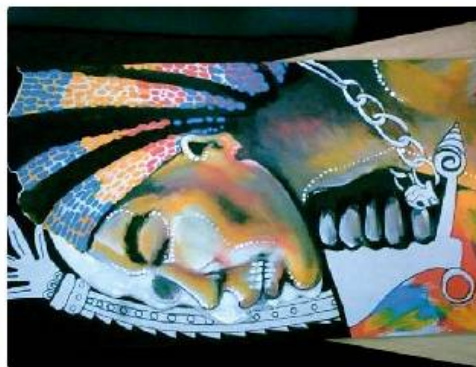
**muestra  
de arte  
latinoamericano**

Desde el martes 11 hasta el domingo 22 de noviembre, más de 4 mil personas; disfrutaron de la muestra de Arte Latinoamericano del Siglo XX. La exposición se desplegó en la Sala de Arte del primer piso del Paseo del Buen Pastor y también en la Sala de Exposiciones en planta baja, abarcando obras desde los comienzos de la modernidad y las primeras vanguardias, hasta las producciones más recientes del arte contemporáneo.

Se exhiben en pinturas, esculturas, dibujos, grabados, collages, fotografías y objetos que dan cuenta de la diversidad de soportes y formatos de la colección. Las piezas que participaron pertenecen a artistas de diversos países como Uruguay, Chile, Argentina, Brasil, México, Ecuador, Cuba, Venezuela, Perú y Colombia: muchos de los cuales engalanaron la muestra con su presencia. Esta exposición, que continuará su gira por otras ciudades de Argentina, contó con más de doscientas piezas que fueron las verdaderas responsables de la gran convocatoria de esta propuesta del Bazo del Buen Pastor.

Un verdadero deleite para el gusto. Una muestra que reúne en un solo recorrido la historia del arte en Latinoamérica, para recomendar.

"Estas son las cosas que hacen que nos sintamos realmente..."



# lo que pasó



**¡miranda!**  
en el Paseo del Buen Pastor

El domingo 16 de octubre, el grupo Miranda se presentó en el pasaje de Buen Pastor donde se convocaron más de tres mil personas a cantar y bailar sus canciones. El grupo compuesto por Alejandro Julián García (voz, guitarra), Juliana Soffa (batería), Gabriela Vozzi, Leandro Martín Guevara (guitarra) y Nicolás Montano (bajista), subió al escenario a las 20:15 y se presentaron casi dos horas dedicados a los presentes con su extenso repertorio de canciones propias y adaptaciones. Este grupo de música banda que nació en la Ciudad de Buenos Aires en el año 2001, tiene como estilo musical el rock pop, una fusión que lleva a formar ritmos alegres y modernos.

Toda la alegría del grupo se vio reflejada tanto en los sonidos como en los colores y movimientos de sus miembros, quienes durante todo el show se aseguraron de que los espectadores pasaran un excelente momento. Luego del recital, los miembros de la banda firmaron autógrafos en la Sala de Exposiciones del Paseo del Buen Pastor y se tomaron fotos con todos sus admiradores.

"Realmente el show fue impresionante, todo le buena donde que esperaba ver de esto que es mi grupo favorito"  
Marilena, 19 años

Debo reconocer que no me gustaba la banda pero hoy me lleve otra impresion, transmiten mucha fuerza arriba del asfalto y se conectan a todos" Esdras, 23 Años.

**5. Sin palabras! El show estuvo increíble y andma me llevo**







**encontrate**

**muestra  
ON OFF**

**a la tarde  
16/11**

**encontrate**

**miranda!**  
en el Paseo del Buen Pastor

Si querés recibir información del Paseo del Buen Pastor en tu casilla,  
envianos un mail con tu nombre, apellido y dirección de mail a  
[info@paseodelbuenpastor.gov.ar](mailto:info@paseodelbuenpastor.gov.ar)





## curiosidades del Buen Pastor

Recorriendo  
su historia

# 1890 2007

Procedentes de Francia, la congregación Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor de Angers, llega a Córdoba en el año 1888 y dos años después crea, en el lugar donde actualmente se encuentra el Paseo del Buen Pastor, el "Taller de la Sagrada Familia", con el objetivo de proteger a niñas pobres y educarlas en los quehaceres domésticos preparándolas para su inserción en la sociedad. En 1892, el Gobierno de la Provincia de Córdoba dispone que la Congregación tenga a su cargo la atención y dirección de reclusas de la Cárcel Correccional de Mujeres, actividad que suplantó a las actividades que se realizaban en el taller de la Sagrada Familia. En 1896, ante el crecimiento de las ciudades acompañado por el aumento de la delincuencia, el Gobierno dona a la Congregación la construcción de un edificio que cumple con los requisitos necesarios para que las monjas puedan desarrollar sus actividades con las reclusas. Un año después, comienza la obra que incluyó una Capilla que fue consagrada recién en el año 1905 y fue diseñada por el arquitecto Monblanch y decorada con pinturas de Manuel Cardenizas y Emiliano Gómez Clara, quienes trabajaban bajo la dirección de Emilio Caraffa. Para el año 1947, el noviciado de la Congregación se traslada a la Casa de Santa Cruz en el barrio de Alta Córdoba y el lugar continúa funcionando como cárcel.

El Buen pastor, fue durante casi cien años una cárcel de mujeres, y desde años previos a la dictadura más cruel que atravesó la República Argentina (1976 - 1983) y durante la misma, albergó a mujeres presas políticas. En Córdoba, la represión se adelantó y fue muy cruda a partir del año 1974, incluso hubo desaparecidos antes del año 1976.

Uno de los hechos más memoriosos en la cárcel del Buen Pastor durante la época de dictadura, fue cuando el 24 de mayo de 1976, veintiséis presas políticas se fugaron del lugar, concretando un plan exitoso del cual salieron todas con vida, aunque luego nueve de ellas fueron apresadas nuevamente y se encuentran desaparecidas.

Este lugar funcionó como penal hasta principios del segundo milenio, cuando el Gobierno de la Provincia de Córdoba adquiere el espacio una vez que la cárcel de mujeres fue trasladada a la Localidad de Bowes. En el año 2001 la capilla se desacraliza, sus esculturas de santos son entregadas a la congregación y se dicta una ley que establece el edificio como bien cultural de la Provincia. Un año después, la Agenda Córdoba Cultura (actualmente denominada Secretaría de Cultura) se hace cargo del espacio y entre los años 2004 y 2007, se ejecuta el proyecto "Paseo del Buen Pastor", realizado por la Dirección Provincial de Arquitectura a cargo del Arquitecto Héctor Spinsanti e inaugurado el 4 de agosto de 2007.





### **Duración:**

La revista saldrá cada dos meses durante el período que abarca el Presente Plan, con la proyección de que continúe editándose posteriormente. El primer número saldrá en el mes de diciembre.

### **Recursos Necesarios:**

#### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Coordinadora del Área Cultural del Paseo del Buen Pastor.
- Diseñador gráfico
- Fotógrafo
- Promotoras

#### Técnicos / materiales:

- 10.000 ejemplares conformados por 3 pliegos A3 doblados de papel ilustración 120 gr., impresos a 4 colores frente y dorso.
- Encuestas

Financieros: \$ 41.724 (*ver detalle en el Presupuesto*)

### **Control:**

Los resultados de la implementación de esta herramienta de comunicación se medirán cada dos meses, momento en el que dos promotoras visitarán el Paseo del Buen Pastor y pedirán a 80 personas que respondan la siguiente encuesta:



## REVISTA ALTERNATIVA



### **1 - ¿Conocés la revista del Paseo del Buen Pastor?**

SI

NO (Termina la encuesta. Muchas gracias)

### **2 - Considerás que el formato de la revista es:**

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

### **3 - La cantidad de información que posee la revista es:**

Excelente

Muy Buena

Buena

Regular

Mala

### **4 - La calidad de la información de la revista es:**

Excelente

Muy Buena

Buena

Regular

Mala

### **5- ¿Cuál/es sección/es preferís?**

Nota de tapa

Agenda

Noticias sobre lo que pasó

Noticias del Buen Pastor

Encontrate

Curiosidades del Paseo del Buen Pastor

### **6- ¿Con cuál/es de las siguientes frases te sentís más identificado/a?**

Leo la totalidad de las notas de la revista

Solo leo mi sección preferida

La consulto de vez en cuando para ver la agenda

No leo, solo miro las imágenes

No la miro ni leo las notas

### **7 - Comentarios**

.....

.....

.....

.....

Otro aspecto que se tendrá en cuenta a la hora de evaluar la eficacia de esta acción, será la cantidad de personas que, en las encuestas realizadas



para evaluar los ciclos del programa dos, mencionen haberse enterado de dichas actividades por este canal.

Por otra parte, los resultados de la implementación de la revista también se evaluarán al final del presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, momento en el que se aplicará una encuesta similar a la utilizada en la fase de investigación y se espera que los consultados manifiesten recibir información por este medio.

### **TÁCTICA 7: *BANNER DE PIE QUINCENAL***

#### **Público:**

Si bien a los fines de nuestro Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, los banners están pensados para los jóvenes universitarios de Nueva Córdoba, la herramienta servirá para informar al resto de los públicos.

#### **Justificación:**

Si bien hay mucha personas que ingresan al interior del Paseo del Buen Pastor, los resultados de las encuestas revelaron que mas de la mitad de los estudiantes universitarios no recorren este área que es donde se va a encontrar la cartelera. Es por eso que proponemos la aplicación de una herramienta de comunicación que se encuentre en el exterior para que pueda ser percibida tanto por los estudiantes que van al lugar como por los que pasan por alguna de las calles que rodean al Paseo.

#### **Desarrollo:**

Actualmente el Paseo del Buen Pastor, cuenta con un banner ubicado en la puerta de la Capilla del Paseo del Buen Pastor, que muestra la totalidad de actividades que se realizarán en un mes determinado. Sin embargo, la distribución de la información no es la adecuada y es demasiada, lo que la hace poco legible para las personas que circulan por el lugar. Es por eso que proponemos colocar tres banners de pie, de actualización quincenal, en tres



lugares del exterior del Paseo del Buen Pastor que contendrán información sobre las actividades que se realizarán en esos días. Estarán ubicados en los siguientes puntos:

1. Acceso principal
2. Capilla del Buen Pastor
3. Calle San Lorenzo (ingreso al puente de la fuente de agua)

A continuación se muestra en el plano las ubicaciones:



Estos banners, que como ya dijimos tendrán actualización quincenal, mostrarán ordenadas por fecha, las actividades que se realizarán en el Paseo. Para cada mes se imprimirán dos diseños de banners, El primero de ellos, incluirá las actividades que se realizarán desde el 1 al 15 de un determinado mes y el segundo abarcará las actividades desde el 16 hasta el último día del mes (28, 30 o 31 según corresponda). El día 13, se colocará el segundo banner del mes, que se exhibirá por tres días junto con el primero. Lo mismo pasará a final de mes cuando, tres días antes del último día, se colocará el primero del mes siguiente. El diseño que llevará es el siguiente:



# NOVIEMBRE

**LUNES  
17**

**LUNES DE LA VOZ  
CORO DEL COLEGIO DE INGENIEROS  
DE CÓRDOBA**

Capilla / 20:30 hs. / Entrada libre y gratuita

**JUEVES  
20**

**MUESTRA DE DISEÑO E INDUMENTARIA  
TEXTIL UES21**

Continúa hasta el domingo 30 de noviembre en el horario de  
10:00 a 22:00 Hs.

Sala de Exposiciones / Entrada libre y gratuita

**VIERNES  
21**

**BALLET MUNICIPAL: GOPPÉLIA**

Espacio exterior / 20:30 hs. / Entrada libre y gratuita

**SABADO  
22**

**SÁBADOS MUSICALES  
RAYOS Y CENTELLAS**

Espacio exterior / 20:30 hs. / Entrada libre y gratuita

**LUNES  
24**

**LUNES DE LA VOZ  
CONCIERTO DE VIOLINES  
ESCUELA MÉTODO SUZUKI**

Capilla / 20:30 hs. / Entrada libre y gratuita

**MARTES  
25**

**MUESTRA FOTOGRÁFICA VERANO**

Continúa hasta el domingo 30 de noviembre en el horario de  
10:00 a 22:00 hs.

Sala de Exposiciones / 18:30 hs. / Entrada libre y gratuita

**JUEVES  
27**

**EXPOSICIÓN DE AUTOS ANTIGUOS**

Espacio Exterior / 18:00 a 23:00 hs. / Entrada libre y gratuita

**VIERNES  
28**

**CHARLA: TRASTORNOS ALIMENTARIOS**

Capilla / 19:00 hs.

Entrada gratuita (Retirar en Información Turística del Paseo del  
Buen Pastor el jueves 27 de noviembre entre las 10:00 y 20:00 Hs.)

**SABADO  
29**

**SÁBADOS MUSICALES  
PATA FLACA**

Espacio exterior / 20:00 hs / Entrada libre y gratuita

**DOMINGO  
30**

**DOMINGO 30  
MUESTRA CIRCENCE**

Espacio exterior / 18:30 hs. / Entrada libre y gratuita



**Paseo del Buen Pastor**  
un espacio abierto al Gobierno de la  
Provincia de Córdoba, un espacio de todos.





#### **Duración:**

Los banners estarán durante todo el período de nuestro Plan de Relaciones Públicas e Institucionales (noviembre 2008 - abril 2009), con renovación quincenal y la posibilidad de continuar con la herramienta en el caso de que los resultados indiquen que su implementación ha sido positiva.

#### **Recursos necesarios:**

##### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Diseñador gráfico

##### Técnicos / materiales:

- 3 banners de renovación quincenal (lona impresa de 0,90 x 1,90 mts.)
- 3 estructuras metálicas (porta banners)

Financieros: \$ 3960 (*ver detalle en el Presupuesto*)

#### **Control:**

Una vez por mes, un profesional de Relaciones Públicas e Institucionales recorrerá el Paseo del Buen Pastor con el objetivo de observar la implementación de esta acción. Para dicho fin, se guiará por la siguiente guía de observación:

DÍA:	
<b>BANNER DE PIE</b>	
<b>ASPECTO A EVALUAR</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Cantidad de banners	
Ubicación	



Estado de los banners	
Actualización	

Los resultados de la implementación de banners se medirán también en la encuesta que se realizará una vez concluida la implementación del presente Plan, donde se espera que los estudiantes manifiesten recibir información por este canal. Además, se tendrá en cuenta el número de personas que, en las encuestas realizadas para evaluar los ciclos del programa dos, mencionen que se enteraron de las actividades porque vieron el banner.

### **TÁCTICA 8: BLOG**

#### **Público:**

La realización de un blog del Paseo del Buen Pastor está orientada a los jóvenes, en nuestro caso a los universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba.

#### **Justificación:**

Teniendo en cuenta que los jóvenes son un grupo especialmente vinculado al desarrollo tecnológico y que los resultados de nuestras encuestas indican que los universitarios tienen una relación muy fluida con Internet, es necesario para el Paseo del Buen Pastor estar presente en este espacio. Debido a que, por políticas de la Secretaría de Cultura de la Provincia de Córdoba, los entes culturales que dependen de ella no pueden tener una Página Web propia, consideramos que un blog puede ser una opción viable y eficaz para que el Paseo del Buen Pastor comunique sus actividades a los jóvenes universitarios. Por otro lado, los blogs permiten interactuar y no solo dar información, generando de este modo, un espacio propicio para que los jóvenes puedan acercar sus sugerencias - comentarios del lugar y las





actividades. Además, como pudimos observar en el análisis de las encuestas realizadas en la fase de investigación, un 38% de la muestra dijo que le gustaría recibir información por medio de una página Web del lugar. Sin embargo, la existencia de la misma no es posible debido a las causas mencionadas anteriormente, es por eso que proponemos la realización de un blog para cumplir con esta expectativa.

#### **Desarrollo:**

Se propone generar y actualizar periódicamente un blog del Paseo del Buen Pastor en el cual, además de presentar información sobre las actividades que se realizarán, se ofrezca a los estudiantes universitarios la posibilidad de interactuar dejando comentarios y sugerencias.

Este blog contendrá además fotos que serán tomadas los fines de semana. El modo de promocionar el blog será a través de la entrega de tarjetitas tipo calcomanías con la dirección Web a todos los que se tomen una foto, invitándolos a ingresar para encontrarla. El formato de la misma será alargado y se harán de todos los colores que posee el logo del lugar. A continuación se presentan los diseños:

**[www.paseodelbuenpastor.blogspot.com](http://www.paseodelbuenpastor.blogspot.com)**

**[www.paseodelbuenpastor.blogspot.com](http://www.paseodelbuenpastor.blogspot.com)**

**[www.paseodelbuenpastor.blogspot.com](http://www.paseodelbuenpastor.blogspot.com)**

**[www.paseodelbuenpastor.blogspot.com](http://www.paseodelbuenpastor.blogspot.com)**

Además, en la revista aparecerá la siguiente leyenda: “¿quieres dejarnos un mensaje? ¡Entrá a [www.paseodelbuenpastor.blogspot.com](http://www.paseodelbuenpastor.blogspot.com)!”. Por otro lado



se colocará en la cartelera del lugar un anuncio con la misma frase de la revista y que tendrá el siguiente diseño:



La creación de un blog no tiene costo. Sin embargo, la actualización será constante y necesita un diseño previo, razón por la cual se contratará una persona que desarrolle esta labor. Esta persona también actuará como moderador, es decir, evaluará los comentarios y no los publicará si son agresivos, abusivos, etc.

#### **Duración:**

El blog se creará el segundo mes de la aplicación del Plan y permanecerá hasta que finalice, pudiendo continuar en caso de que los resultados sean los esperados. La actualización será constante, ya que es necesario tener siempre nuevos contenidos para que los jóvenes se motiven a ingresar.



## Recursos necesarios:

### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Fotógrafo
- Diseñador gráfico

### Técnicos / materiales:

- Tarjetitas de promoción del blog

Financieros: \$ 3705 (*ver detalle en el Presupuesto*)

## Control:

Los resultados obtenidos mediante la implementación de este blog serán medidos a través de preguntas que los usuarios podrán responder directamente desde Internet y que respetarán el formato de encuestas utilizado en estos medios: una sola pregunta por vez y nunca incluyen preguntas abiertas. Los interrogantes aparecerán en el costado derecho del blog y se renovarán mensualmente. Así, las consultas que haremos durante el desarrollo del presente plan son las siguientes:

### Diciembre:

*¿Te parece interesante que el Paseo del Buen Pastor tenga un blog?*

- Si
- NO
- Me da lo mismo

### Enero:

*La información que contiene el blog te parece:*

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

### Febrero:

*¿Como te enteraste de este blog?*



- Me contó un amigo
- Por la revista del Paseo
- Por la cartelera del Paseo
- Me sacaron una foto y me dieron el nombre del blog para que la busque
- Otros

Marzo:

*¿Para que entrás a este blog?*

- Para ver qué propuestas hay en el Paseo
- Para mirar las fotos que se sacan los fines de semana
- Para leer las notas
- Para ver los comentarios que deja la gente
- Otros motivos

Abril:

*¿Alguna vez recomendaste este blog?*

- SI
- NO
- NS/NC

Además, en la encuesta realizada al finalizar el Plan, se espera que los jóvenes consultados mencionen esta acción como canal por el que reciben información del Paseo del Buen Pastor. Por otro lado, se tendrán en cuenta las personas que en las encuestas realizadas en los ciclos del programa dos, mencionen que se enteraron de dichas actividades por este medio.

## **PROGRAMA 4: VAMOS A DONDE ESTÁS**

**Objetivo del programa:**

Fomentar, a través de un estilo de comunicación que resulte “atractivo” para los jóvenes universitarios de Nueva Córdoba, la participación de este público en las actividades realizadas.

### **TÁCTICA 9: NEWSLETTER**

**Público:**

Estudiantes universitarios del Barrio de Nueva Córdoba.



### **Justificación:**

Debido a que los resultados de las encuestas dejan ver que la inmensa mayoría de los estudiantes universitarios utiliza Internet con gran frecuencia y, considerando que un 44% mencionó que le gustaría recibir información a través de su e mail; desarrollaremos esta acción con la intención de llegar a nuestro público objetivo a través de un canal con el que están muy familiarizados y que es de su agrado. Por otra parte, el newsletter tiene la ventaja de ser de bajo costo y permite incluir gran cantidad de información de manera ordenada.

### **Desarrollo:**

Se diseñará un newsletter mensual del Paseo del Buen Pastor que contendrá información sobre las actividades a realizarse y será enviado el primer día del mes a todas las personas que así lo deseen. Contará con una nota principal con información sobre la actividad más relevante de un mes determinado, debajo habrá dos notas referidas a noticias del Paseo del Buen Pastor y en el borde derecho, tendrá banners con información relacionada a la agenda del mes, el ciclo de teatro, el de música y el de cine. Por otro lado, debajo tendrá dos botones: "Dejanos tu comentario" y "Recomendar a un amigo". Haciendo clic sobre el primero de ellos, aparecerá una ventana en la cual se podrá escribir y cuyo mensaje se enviará directamente a una casilla de mail del Paseo del Buen Pastor. El segundo de los botones permitirá, mediante un *clic*, poner el correo electrónico de personas a las que les puede interesar el newsletter y este se enviará de manera automática dichas direcciones. El diseño de esta herramienta es el siguiente:



# DIC 01

Newsletter N° 1 – Diciembre de 2008

## Humor a lo grande

### Se presenta en el Buen Pastor la muestra "El Mundo según Mafalda"



En el mes de diciembre se presentará en el Paseo del Buen Pastor una muestra que invita a recorrer la historia de unos de los personajes más queridos de nuestro país: Mafalda. Esta historieta fue creada por Quino en 1964, cuyo personaje principal es una niña de clase media argentina con una actitud comprometida ante el mundo. Mafalda es una pequeña preocupada por la humanidad y la paz mundial, que se rebela contra la manera en que es el mundo, apareció en tiras cómicas en diarios argentinos entre 1964 y 1973, y fue también muy popular en Latinoamérica en general, España, Italia, Francia y otros países europeos. Esta historieta fue traducida a más de treinta idiomas.

[\(Ver nota completa\)](#)

AGENDA  
DICIEMBRE

MOMENTOS  
DE TEATRO

SÁBADOS  
MUSICALES

DOMINGOS  
DE CINE

## Llegan dos nuevos ciclos al Paseo del Buen Pastor

En el mes de diciembre se estrenan en el Paseo del Buen Pastor dos nuevos ciclos: uno de teatro y otro de cine, ambos comienzan el segundo fin de semana del mes. Todos los jueves y viernes se presentarán en la Capilla del Paseo obras de teatro de grupos cordobeses. Los jueves se desarrollará una función a las 20 Hs. y los viernes habrá dos funciones a las 20 y 22 Hs.

[\(Ver nota completa\)](#)

## Primer Espacio Wi – Fi

El Paseo del Buen Pastor se convirtió en el mes de octubre en el primer espacio público Wi – Fi de la Ciudad de Córdoba. Esta tecnología permitirá que todas las personas que así lo deseen, puedan conectarse a Internet desde su notebook de manera totalmente gratuita desde cualquiera de los espacios del Paseo, incluso en el sector externo de la fuente de agua.

[\(Ver nota completa\)](#)

DEJANOS TU COMENTARIO

RECOMENDAR A UN AMIGO

Av. Hipólito Irigoyen 325 / Tel: 0351 - 4111267 / 4111312 / Todos los derechos reservados.

Para la difusión de este newsletter y la suscripción de interesados, durante los dos fines de semana previos al lanzamiento, cuatro promotoras recorrerán el Paseo del Buen Pastor contándoles a las personas que se



encuentren en el lugar sobre esta herramienta de comunicación e invitándolos a suscribirse. En caso de querer hacerlo, le tomarán los datos que luego se cargarán a una base de datos desde la que se harán los envíos. Las chicas utilizarán como uniforme un pantalón de jean y la remera estampada con el logo del Paseo del Buen Pastor.

Por otro lado, tanto en la cartelera como en la revista del lugar, habrá un cartel con la siguiente frase: “si querés recibir información del Paseo del Buen Pastor en tu mail, envíanos un mail a [info@paseodelbuenpastor.gov.ar](mailto:info@paseodelbuenpastor.gov.ar) con tu nombre, apellido y dirección de mail”. El cartel para la cartelera tendrá el siguiente diseño:



#### Duración:

El newsletter se enviará, a partir del segundo mes, todos los meses durante el período de implementación del presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales.



## Recursos necesarios:

### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Diseñador gráfico
- Promotoras

### Técnicos / materiales:

- Remeras promotoras
- Cartel para cartelera
- Newsletter
- Encuesta

Financieros: *\$3.055 (ver detalle en el Presupuesto)*

## Control:

A los dos meses y medio del envío del primer newsletter, se enviará a toda la base de datos una encuesta para que sea contestada directamente desde le mail. A continuación se presenta el modelo de cuestionario:





# ENCUESTA

# 109



**Paseo del Buen Pastor**  
un espacio abierto del Gobierno de la  
Provincia de Córdoba, un espacio de todos.

Con motivo de mejorar cada día para darte la mejor información sobre el Paseo del Buen Pastor, te pedimos que completes la encuesta que aparece a continuación. Los datos son confidenciales y no serán publicados.

EDAD:

1 - ¿Recibís el newsletter del Paseo del Buen Pastor?

- ☐ SI
- ☐ NO (Termina la encuesta muchas gracias)

2 - ¿Cómo te enteraste del newsletter del Paseo del Buen Pastor?

- ☐ Por la cartelera del Paseo del Buen Pastor
- ☐ Por la revista del Paseo
- ☐ Me contó un amigo y mande un mail para suscribirme
- ☐ Un conocido recomendó mi dirección desde el newsletter
- ☐ Otros:

32- ¿La cantidad de información que contiene el newsletter te parece?:

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala

4- ¿La calidad de información que contiene el newsletter te parece?:

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala

5 - Seleccioná la frase con la que te sientas más identificado/a:

- ☐ Leo toda la información del newsletter
- ☐ Solo leo las notas de mi interés
- ☐ No leo el newsletter

6 - Una vez que recibís el newsletter:

- ☐ Lo borras sin leerlo
- ☐ Lo lees y luego lo eliminás
- ☐ Lo lees y lo dejás en tu casilla para revisarlo de vez en cuando y consultar la agenda
- ☐ Lo dejás en tu casilla pero no lo volvéis a abrir
- ☐ Otros:

7 - ¿Alguna vez recomendaste el newsletter a otra persona?

- ☐ SI
- ☐ NO

**ENVIAR**

Av. Hipólito Irigoyen 325 / Tel: 0351 - 4111267 / 4111312 / Todos los derechos reservados.



Otro modo de evaluar los resultados de la implementación de esta acción será a través de la encuesta que realizaremos cuando concluya la implementación de nuestro Plan, de cuyo análisis esperamos obtener como resultado que los jóvenes reciben información por medio del newsletter. Se tendrá en cuenta, además, la cantidad de personas que en las encuestas realizadas para las acciones del programa dos, mencionen haberse enterado por este canal.

### **TÁCTICA 10: CARTELERAS EN UNIVERSIDADES**

#### **Público:**

Estudiantes universitarios de la Ciudad de Córdoba.

#### **Justificación:**

Debido a que un importante porcentaje de encuestados (26%) manifestó que le gustaría recibir información sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor en su Universidad, y considerando que las carteleras de las universidades son de consulta permanente para nuestro público objetivo, desarrollamos esta acción pensada para facilitar el acceso a la información a los estudiantes universitarios.

#### **Desarrollo:**

Proponemos colocar información sobre las actividades del Paseo del Buen Pastor en las carteleras de las principales universidades de Córdoba. El acuerdo para que estas instituciones nos autoricen a utilizar este espacio, será que el Paseo permitirá que los estudiantes universitarios de dichas casas de estudio, accedan a las actividades que tiene costo, con un descuento del 50% presentando la libreta universitaria.

Para conseguir autorización para colocar los carteles, en el mes de noviembre se gestionarán reuniones con los responsables de asuntos académicos de cada una de las casas de estudio seleccionadas, en las que se presentará la propuesta y se les contará acerca de los beneficios que el Paseo



del Buen Pastor brindará a los estudiantes universitarios. Para conseguir dichas reuniones, se enviará de antemano una carta solicitando el encuentro. Para este fin se diseñará una hoja membretada y un sobre institucional del Paseo del Buen Pastor. A continuación se presenta el diseño del sobre y la carta:

### Sobre





## Carta



Córdoba, 3 de noviembre de 2008

**Sr. Director de Asuntos Institucionales de la  
Universidad Católica de Córdoba  
Lic. Mario Butler**  
S / D

Tengo el agrado de dirigirme a Usted con motivo de solicitar una reunión que tendrá como objetivo acercarle información sobre las actividades culturales desarrolladas en el Paseo del Buen Pastor, y solicitar su autorización para comunicar dichas propuestas en la casa de estudio de la que Usted forma parte.

El Paseo del Buen Pastor es un espacio cultural dependiente de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Provincia de Córdoba, creado en agosto de 2007 con el objetivo brindar un espacio abierto, recreativo y cultural. A partir de noviembre de 2008 comenzarán a desarrollarse nuevas propuestas culturales pensadas especialmente para los jóvenes universitarios, entre las que podemos incluir espectáculos de teatro, shows de música de diversos estilos y un ciclo de cine argentino.

Con la seguridad de que considerará la realización de esta reunión, quedo a la espera de su confirmación y aprovecho la oportunidad para enviarle mis más cordiales saludos.

Lic. Marcos Díaz  
Gerente General  
Paseo del Buen Pastor

Av. Hipólito Irigoyen 325 / Tel: 0351 - 4111267 / 4111312



Los carteles que se pretenden colocar en las Universidades serán de renovación semanal y se utilizará el mismo diseño de los de la cartelera del Paseo del buen Pastor. Tendrán tamaño de una hoja A3 y se imprimirán a 4



colores en papel ilustración de 120 gramos. En esta primera etapa, se colocarán en las siguientes universidades:

- Universidad Nacional de Córdoba (uno por facultad:13)
- Universidad Siglo 21 (uno por sede en Córdoba: 2)
- Universidad Católica de Córdoba (uno por sede en Córdoba: 2)
- Universidad Blas Pascal (1)

Se colocarán en total 18 carteles que serán renovados semanalmente y que serán enviados por medio de una empresa de cadetería a las universidades los lunes a la mañana. En ellos aparecerán todas las actividades que se realizarán en el Paseo desde ese día y hasta el domingo siguiente.

#### **Duración:**

Los carteles serán renovados semanalmente y se utilizarán durante todo el período que abarca el presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, a partir del segundo mes de implementación. En enero no se enviarán carteles a las universidades debido a que las casas de estudio no tienen actividad durante ese mes o es muy reducida.

#### **Recursos necesarios:**

##### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Diseñador gráfico
- Cadetes

##### Técnicos / materiales:

- Sobres membretados
- Hojas membretadas
- 18 hojas A3 semanales, papel ilustración 120 gramos en 4 colores solo frente.



Financieros: \$ 2882 (ver detalle en el Presupuesto)

**Control:**

Cada dos meses, un profesional de Relaciones Públicas e Institucionales realizará una visita a las universidades con las cuales se haya acordado la implementación de esta acción, para supervisar los carteles del Paseo del Buen Pastor. A continuación se presenta la guía de observación que guiará dicha inspección:

<i>DÍA:</i>	
<i>UNIVERSIDAD:</i>	
<b>Cartelera en Universidades</b>	
<b>ASPECTO A EVALUAR</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Presencia	
Ubicación	
Estado de los carteles	
Visualización	

Los resultados obtenidos, también serán medidos al finalizar el Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, momento en el que se aplicará una encuesta similar a la utilizada en la fase de investigación, y se espera que los encuestados mencionen recibir información de las actividades del Paseo del Buen Pastor a través de su Universidad. Se tendrá en cuenta, además, la cantidad de personas que en las encuestas que se realizarán para evaluar los ciclos del programa dos, mencionen haberse enterado por este medio.



## **TÁCTICA 11: PRESENCIA EN REVISTAS UNIVERSITARIAS**

### **Público:**

Estudiantes universitarios de Córdoba

### **Justificación:**

Teniendo en cuenta que en las encuestas los jóvenes universitarios manifestaron que les gustaría recibir información en sus hogares y en la universidad, pensamos que, además de tener la revista propia que los estudiantes puedan recoger en el Paseo del Buen Pastor, también sería bueno tener presencia en el resto de revistas universitarias, ya que se distribuyen de manera gratuita en las universidades y en los edificios y son de amplia aceptación entre nuestro público objetivo. Incluiremos también en esta acción de prensa a la página Web Córdoba.Net ya que fue mencionada por los jóvenes universitarios en la fase de investigación, como sitio de consulta de actividades.

### **Desarrollo:**

La acción que proponemos consiste en la presencia del Paseo del Buen Pastor en las revistas universitarias y en la Web para jóvenes más importantes de Córdoba, mediante una acción de gestión de prensa. Los sitios en los cuales pretendemos estar presentes mediante esta acción son básicamente los siguientes:

- Doctámbulos
- Hipnosis
- Allegro
- Córdoba.Net

Las revistas mencionadas anteriormente son de distribución gratuita tanto en universidades como en edificios del Barrio de Nueva Córdoba y salen mensualmente con tiradas que van desde los 2000 a los 5000 ejemplares. Cada



una de ellas cuenta actualmente con una sección estilo “Agenda” en donde se incluyen las actividades que se realizarán en el mes de vigencia de un determinado número.

Córdoba.Net es un portal creado por La Voz del Interior para satisfacer las necesidades de los jóvenes cordobeses, incluyendo información de eventos, salidas, shows, consejos saludables, etc.

Las gacetillas de prensa serán enviadas vía e-mail, semanalmente a Córdoba.Net y mensualmente a las revistas universitarias. En el primero de los casos, se enviará los días lunes la información de las actividades que se realizarán en el resto de la semana. Para las revistas universitarias, la gacetilla se enviará aproximadamente el día 20 de un determinado mes y se incluirá la información de las actividades del mes siguiente.

En el cuerpo del mail se encontrará el texto de la gacetilla que irá acompañado por un archivo adjunto que contendrá todas las actividades de un determinado mes con una breve descripción de cada una de ellas. El diseño de esta adjunto será igual al de la sección “agenda” de la revista. Para esta acción se diseñará un encabezado de mail que se presenta a continuación:

The screenshot shows an email client window with the title bar 'Diciembre en el Paseo del Buen Pastor - Mensaje (HTML)'. The email header includes the 'Para:' field with 'Info@doctambulos.com.ar' and the 'Asunto:' field with 'Diciembre en el Paseo del Buen Pastor'. The email body features a header with four colored squares (yellow, blue, green, red) and the Paseo del Buen Pastor logo. The address 'Av. Hipólito Irigoyen 325 / Tel: 0351 - 4111267 / 4111312' is listed. The main title of the email is 'GACETILLA DE PRENSA', followed by the date 'Córdoba, 20 de noviembre de 2008'. The section title 'DICIEMBRE EN EL PASEO DEL BUEN PASTOR' is followed by a paragraph: 'El último mes del año comenzará con nuevas propuestas en el Paseo del Buen Pastor ya que se inaugurarán dos ciclos para los fines de semana: los jueves y viernes habrá funciones de teatro y los domingos se proyectarán largometrajes argentinos cuya temática variará cada mes. El primero de los ciclos, cuya entrada tendrá un costo de \$ 12 y un descuento del 50% para estudiantes universitarios,'.





El texto de la gacetilla que se incluirá en el cuerpo del mail es el siguiente:



Av. Hipólito Irigoyen 325 / Tel: 0351 - 4111267 / 4111312



## GACETILLA DE PRENSA

Córdoba, 20 de noviembre de 2008

### DICIEMBRE EN EL PASEO DEL BUEN PASTOR

El último mes del año comenzará con nuevas propuestas en el Paseo del Buen Pastor ya que se inaugurarán dos ciclos para los fines de semana: los jueves y viernes habrá funciones de teatro y los domingos se proyectarán largometrajes argentinos cuya temática variará cada mes. El primero de los ciclos, cuya entrada tendrá un costo de \$ 12 y un descuento del 50% para estudiantes universitarios, se realizará en la Capilla y se ofrecerá una función los jueves a las 20 Hs y dos los viernes a las 20 y 22 Hs. Por su parte, los domingos de cine comenzarán a las 20 Hs en el espacio exterior (fuente de aguas danzantes) y la entrada será libre y gratuita.

Además, en el marco del ciclo "Sábados musicales", el 20 de diciembre a partir de las 20 Hs se presentará Luciano Pereira en un escenario montado en el espacio exterior del Paseo del Buen Pastor, para brindar un show a puro folclore que contará con entrada libre y gratuita. Una propuesta para terminar el año con toda la alegría.

Por otra parte, el miércoles 3 de diciembre se inaugurará la muestra "El Mundo según Mafalda", la cual ha recorrido distintos salones del país y llega a Córdoba para mostrar las piezas de colección que incluyen historietas, objetos y esculturas referidas a este famoso personaje de historieta. Se podrá acceder a esta exposición todos los días, hasta el 28 de diciembre inclusive, en el horario comprendido entre las 10 y 22 Hs. La entrada tendrá un costo de \$ 7 y los estudiantes universitarios con libreta, accederán al descuento del 50 %.

El paseo del Buen Pastor tiene muchas otras propuestas para el mes de diciembre que aparecen listadas en el archivo adjunto .

#### Contacto de prensa:

Valeria Soledad Durand  
prensa@paseodelbuenpastor.gov.ar  
0351 - 153882882

Paseo del Buen Pastor - Todos los derechos reservados.



Además, cuando salga la revista de distribución gratuita mensual del Paseo del Buen Pastor, se enviará por cadetería un número a cada uno de estos cuatro medios.

#### **Duración:**

Durante los seis meses de duración del presente plan, se realizará la gestión de prensa.

#### **Recursos necesarios:**

##### Humanos:

- Profesional de Relaciones Públicas e Institucionales
- Diseñador gráfico
- Cadete

##### Técnicos / materiales:

- Computadora
- Revista de distribución gratuita del Paseo del Buen Pastor

##### Financieros: \$ 214 (*ver detalle en el Presupuesto*)

#### **Control:**

Los resultados de la implementación de esta acción, se evaluarán mediante la aplicación de la encuesta general que se realizará al finalizar el presente Plan. Se espera que los encuestados mencionen recibir información acerca de las actividades del Paseo del Buen Pastor por este medio.

Además se realizará un clipping con el objetivo de recolectar y analizar la información publicada en estos medios y también se tendrá en cuenta la cantidad de personas que, en las encuestas realizadas para evaluar el programa dos, mencionen haberse enterado de los ciclos por este medio.



## **ENCUESTA GENERAL DE EVALUACIÓN**

Como mencionamos en varias de las tácticas descritas anteriormente, al finalizar la implementación del presente Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, se realizará una encuesta a 500 jóvenes universitarios, con el fin de evaluar los resultados obtenidos.

A continuación presentaremos el cuestionario diseñado para dicha evaluación final, seguido por la tabla de evaluación general del Plan de Relaciones Públicas e Institucionales:



## ENCUESTA

### INSTRUCTIVO:

Solo podrán completar la encuesta las personas que cumplan con las siguientes características:

- Deben ser estudiantes universitarios
- Deben asistir a alguna de las siguientes universidades: UNC, UBP, UES 21 o UCC
- Su edad debe estar comprendida entre los 18 y 25 años
- Deben habitar en el Barrio de Nueva Córdoba

Marcar con una cruz (X) la opción que consideres correspondiente. En los casos indicados mediante la frase "podés marcar mas de una opción", podrás seleccionar con una X todas las respuestas que consideres conveniente.

### SEXO:

- ☐ Femenino  
☐ Masculino

EDAD:.....

CARRERA: .....

### UNIVERSIDAD:

- ☐ Universidad Nacional de Córdoba  
☐ Universidad Católica de Córdoba  
☐ Universidad Blas Pascal  
☐ Universidad Empresarial Siglo 21

AÑO QUE CURSA:.....

### *1. ¿Conocés el Paseo del Buen Pastor?*

- ☐ SI
- ☐ Interior y Exterior  
☐ Solo el exterior  
☐ Solo el interior
- ☐ NO (*Termina la encuesta. Muchas gracias*)



**2. ¿Solés ir al Paseo del Buen Pastor?**

- ☐ NO / ¿Por qué?.....
- ☐ SI:
- ☐ Más de una vez al día
  - ☐ 1 vez al día
  - ☐ Entre 2 y 6 veces a la semana
  - ☐ 1 vez a la semana
  - ☐ Cada 2 semanas
  - ☐ 1 vez al mes
  - ☐ Menos de una vez al mes

**3. ¿Considerás que es un lugar para jóvenes?**

- ☐ SI
- ☐ NO
- ☐ NS/NC

**4. ¿Cuál/es de las siguientes palabras considerás que caracteriza/n mejor al Paseo del Buen Pastor? (podés marcar mas de una opción)**

- ☐ Cultura
- ☐ Turismo
- ☐ Recreación / esparcimiento
- ☐ Historia
- ☐ Arquitectura
- ☐ Entretenimiento
- ☐ Gastronomía
- ☐ Paseo comercial
- ☐ OTRA/S - ¿Cuál/es?.....

**5. ¿Con cuál/es de las siguientes actividades relacionás al Paseo del Buen Pastor? (podés marcar mas de una opción)**

- ☐ Exposiciones de arte
- ☐ Aguas Danzantes
- ☐ Obras de teatro
- ☐ Teatro callejero
- ☐ Música (recitales, conciertos)
- ☐ Cine
- ☐ Visitas guiadas
- ☐ Charlas y conferencias
- ☐ Talleres
- ☐ Show de baile
- ☐ OTRA/S - ¿Cuál/es?.....



6. *¿Por cuál/es de los siguientes medios recibís información sobre las actividades que se realizan en el Paseo del Buen Pastor? (podés marcar mas de una opción)*

- ☐ Blog del Paseo del Buen Pastor
- ☐ Cartelera en edificios
- ☐ Revista universitaria - ¿Cuál/es?.....
- ☐ Newsletter
- ☐ Cartelera del interior del Paseo del Buen Pastor
- ☐ Carteles en el exterior del Paseo del Buen Pastor
- ☐ Revista del Paseo del Buen Pastor
- ☐ Carteleras en la universidad
- ☐ Me entero por conocidos
- ☐ Paso por el lugar y veo que se están realizando
- ☐ Folletos
- ☐ TV ¿Cuál/es?.....
- ☐ Radio ¿Cuál/es?.....
- ☐ Diarios ¿Cuál/es?.....
- ☐ Otros medios ¿Cuál/es?.....
- ☐ No recibo

7. *¿Cómo calificarías a los siguientes aspectos del Paseo del Buen Pastor? (E: excelente, MB: muy bueno, B: bueno, R: regular, M: malo)*

	E	MB	B	R	M	NS/NC
Ubicación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variedad de actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atención del personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Información sobre actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¡Muchas Gracias por tu colaboración!



## EVALUACIÓN GENERAL

Táctica	Resultados esperados	Resultados obtenidos	Resultados inesperados		Técnica de evaluación
			+	-	
<b><i>Reuniones internas semanales</i></b>	<p>Que los empleados del Paseo consideren que las reuniones mejoraron en algo su labor.</p> <p>Que cuando alguien les consulte sobre las actividades, los empleados puedan brindar información completa.</p>				<p>Encuesta</p> <p>Consultas de evaluación</p>
<b><i>Momentos de teatro</i></b>	<p>Que asista gran cantidad de jóvenes a las obras de teatro y que sean de su agrado.</p> <p>Que los jóvenes relacionen al lugar con esta actividad.</p>				<p>Encuesta</p> <p>Encuesta de evaluación general</p>
<b><i>Sábados musicales</i></b>	<p>Que haya gran concurrencia de jóvenes a los show y que sean de su agrado.</p> <p>Que los jóvenes relacionen al Paseo con espectáculos musicales.</p>				<p>Encuesta</p> <p>Encuesta de evaluación general</p>
<b><i>Domingos de cine</i></b>	<p>Que asista gran cantidad de jóvenes a las funciones y que sean de su agrado.</p> <p>Que los jóvenes relacionen al Paseo con esta actividad.</p>				<p>Encuesta</p> <p>Encuesta de evaluación general</p>
<b><i>Cartelera en el Paseo</i></b>	<p>Que los jóvenes mencionen recibir información de las actividades del Paseo por este medio.</p>				<p>Encuesta de evaluación general</p>





	Que se mantenga actualizada, en orden y con los carteles en buen estado.				Observación
<b><i>Revista de distribución gratuita</i></b>	Que sea de agrado para los jóvenes en cuanto a cantidad y calidad de información.  Que los encuestados mencionen recibir información de las actividades por este medio.				Encuesta  Encuesta de evaluación general
<b><i>Banner de pie quincenal</i></b>	Que se mantenga actualizada, en orden y en buen estado.  Que los jóvenes mencionen recibir información de las actividades del Paseo por este medio.				Observación  Encuesta de evaluación general
<b><i>Blog</i></b>	Que a los jóvenes les resulte interesante que el Paseo tenga un blog y que les agrade la información que contiene.  Que los jóvenes dejen comentarios sobre sus intereses u opiniones del Paseo.  Que los encuestados mencionen recibir información del Paseo por medio del Blog.				Consultas en el blog  Observación del blog  Encuesta de evaluación general
<b><i>Newsletter</i></b>	Que a los jóvenes les agrade en cuanto a calidad y cantidad de información y que lo lean.				Encuesta vía mail



	Que los encuestados mencionen recibir información del Paseo por medio del Newsletter.				Encuesta general de evaluación
<i><b>Carteleras en univ.</b></i>	Que los carteles estén actualizados, visibles y en buenas condiciones.  Que los encuestados mencionen recibir información del Paseo por este medio.				Observación en universidades  Encuesta general de evaluación
<i><b>Presencia en revistas Univ.</b></i>	Que los jóvenes encuestados mencionen recibir información del Paseo por este medio.				Encuesta general de evaluación



**DIAGRAMA DE GANTT**  
(Consultar el archivo en el presente CD)



## PRESUPUESTO

(Consultar el archivo en el presente CD)



## CASH FLOW

(Consultar el archivo en el presente CD)



## CONCLUSIÓN

La comunicación externa es el proceso bidireccional por el cual una organización intercambia mensajes con sus públicos externos, es decir con aquellas personas que si bien no forman parte de ella, son de su interés. Es indispensable que las organizaciones planifiquen la comunicación con sus públicos si no quieren malgastar recursos y si pretenden resultados efectivos.

Vivimos en un mundo sobrecomunicado que hace que sea indispensable planificar la comunicación si pretendemos diferenciar nuestro mensaje para lograr que llegue al público objetivo. Las Relaciones Públicas e Institucionales es la disciplina adecuada para asegurar una gestión efectiva de la comunicación de una organización, trabajando a partir de una estrategia que se verá reflejada en un plan.

El Paseo del Buen Pastor es una entidad cultural que pertenece al Gobierno de la Provincia de Córdoba y que cuenta con apenas catorce meses de existencia. Está ubicado en el corazón del barrio cordobés Nueva Córdoba, donde se concentra una alta densidad de jóvenes universitarios que vienen de distintas partes del país para concurrir a las Universidades de esta ciudad. Su ubicación, hace que los jóvenes universitarios se constituyan como uno de los principales públicos del Paseo y es por eso que en el presente trabajo Final de Graduación propusimos un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales con el objetivo de eficientizar la comunicación externa con este público.

Antes de desarrollar dicho Plan, se realizó una investigación que tuvo como objetivo conocer el estado actual de la temática, es decir de la comunicación externa entre el Paseo del Buen Pastor y los jóvenes universitarios que habitan en el Barrio de Nueva Córdoba. La conclusión a la que arribamos, es que si bien el Paseo del Buen Pastor carece de algunas actividades de interés para los jóvenes, el principal problema es que tampoco comunica de manera adecuada las que se están realizando, lo que trae como consecuencia que el público objetivo no concurra a las propuestas que ofrece el lugar.



Basándonos en los resultados obtenidos en la fase de investigación se desarrolló un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales que contó con cuatro programas pensados para eficientizar la comunicación externa:

- El primero de ellos pretendió, mediante la realización de desayunos semanales, informar a todos los miembros del Paseo del Buen Pastor sobre las actividades que se realizarán en el lugar para que puedan actuar como transmisores de esa información y puedan motivar a los jóvenes a asistir a las actividades.
- El segundo programa fue creado con la intención de contribuir a aumentar la concurrencia de los jóvenes al Paseo mediante la oferta de actividades de su interés. Es así que se propusieron tres ciclos: Momentos de Teatro, Sábados Musicales y Domingos de Cine.
- El tercer programa contempló la creación de nuevos canales de comunicación externa teniendo en cuenta los que prefiere el público objetivo. De este modo se propuso crear una cartelera, banners de pie para el exterior del Paseo, una revista de distribución gratuita y un blog.
- El último programa fue creado con el fin de acercar la información del Paseo a los jóvenes universitarios. Las acciones que se propusieron fueron el envío de un newsletter, la colocación de un cartel con información semanal de las actividades del Paseo del Buen Pastor en las principales universidades de Córdoba y por último, la presencia en revistas y páginas Web universitarias mediante una acción de gestión de prensa.

Para cada una de estas acciones se presentaron las herramientas de evaluación que permitirán saber si su implementación arribó a los objetivos esperados.

De este modo concluye el presente Trabajo Final de Graduación, en donde hemos evaluado la comunicación externa entre el Paseo del Buen Pastor y los jóvenes universitarios de Nueva Córdoba y hemos propuesto un Plan de Relaciones públicas e Institucionales para eficientizarla.





## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- AVILIA LAMMERTYN, Roberto (1997) *RRPP: Estrategias y Tácticas de Comunicación Integrada*, Editorial Imagen: Buenos Aires, Argentina.
- BARTOLI, Annie (1992) *Comunicación y Organización - La organización comunicante y la comunicación organizada*, Editorial Paidós: Barcelona, España.
- CAPRIOTTI, Paul (1992) *La Imagen de la Empresa - Estrategias para una Comunicación Integrada*, Editorial El Ateneo: Barcelona, España.
- CASTRO, Benito (2007) *El auge de la Comunicación Corporativa*, Editorial Creative Commons: Sevilla, España.
- PORTO SIMOES, Roberto (1993) *Relaciones Públicas: Función Política - En la Empresa y en la Institución Pública*, Editorial El Ateneo: Barcelona, España.
- SCHEINSOHN, Daniel (1997) *Más allá de la Imagen Corporativa - Cómo crear valor a través de la Comunicación Estratégica*, Ediciones Macchi: Buenos Aires, Argentina.
- SCHEINSOHN, Daniel (1998) *Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa*, Fundación OSDE: Argentina.
- VIEYTES, Rut (2004) *Metodología de la investigación en Organizaciones, Mercados y Sociedad*, Editorial de las Ciencias: Buenos Aires, Argentina.
- WILCOX, Dennis; CAMERON, Glen y XIFRA, Jordi (2006) *Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas*, Editorial Pearson: Madrid, España.

## PÁGINAS WEB CONSULTADAS

- <http://www.educar-argentina.com.ar/OCT2000/educ30.htm>.



## TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN CONSULTADO

- ANDRIÁN, Emmanuel (2005) *Cineclub Municipal Hugo del Carril, un multiespacio cultural proyectado hacia los jóvenes. Diseño e implementación de un plan estratégico de RPI*, Universidad Empresarial Siglo 21: Córdoba.



# ANEXO



## ANÁLISIS PARCIAL DE ENTREVISTAS EXPLORATORIAS

La entrevista fue realizada a 6 estudiantes universitarios de la Ciudad de Córdoba durante el mes de marzo de 2008. Los entrevistados debían cumplir con los mismos requisitos que la muestra de la encuesta: ser estudiante universitario; asistir a la UNC, UCC, UBP o UES 21, tener edad comprendida entre los 18 y 25 años y habitar en el Barrio de Nueva Córdoba.

Esta entrevista exploratoria fue realizada con el objetivo de detectar variables que nos ayuden a armar el cuestionario, instrumento utilizado para la recolección de datos mediante la encuesta. Es decir, la realización de las entrevistas y el análisis de las mismas es un paso previo a la confección del cuestionario.

Podemos dividir la guía de pautas que utilizamos para realizar las entrevistas en tres grandes partes: en primer lugar consultamos a los entrevistados sobre sus actividades de tiempo libre, en segundo lugar tratamos sobre la relación que ellos tenían con los medios de comunicación y por último, consultamos a los entrevistados sobre diferentes aspectos del Paseo del Buen Pastor.

Cada uno de estos aspectos estaba dividido en puntos sobre los que se cuestionó a cada uno de los sujetos que conformaron la muestra. A continuación presentamos la guía de pautas utilizada para realizar las entrevistas:



## **GUÍA DE PAUTAS**

### **1. Tiempo libre**

- 1.1 Actividades que realiza
- 1.2 Cantidad de tiempo libre
- 1.3 Actividades de su interés
- 1.4 Interés por actividades culturales
- 1.5 Personas con las que consume su tiempo libre

### **2. Medios de Comunicación**

- 2.1 ¿Consume?
- 2.2 Medios que consume
- 2.2 Que programas, diarios canales, radios, páginas de Internet, etc, consume
- 2.3 Horario de consumo
- 2.4 Preferencias de canales a la hora de recibir información

### **3. Paseo del Buen Pastor**

- 3.1 Conoce o no el Paseo del buen Pastor
- 3.2 ¿Pasa por el lugar?
- 3.3 Definición del lugar: características que le otorga
- 3.4 Qué actividades sabe que se realizan en el lugar
- 3.5 Participación en las actividades actualmente realizadas en el Paseo del Buen Pastor. ¿Cuáles?
- 3.6 ¿Participaría de las actividades?
- 3.5 Medios por los cuales se entera de dichas actividades
- 3.6 Actividades que le gustaría que se realicen en el Paseo

Ahora si presentamos la grilla que resume las respuestas dadas por cada entrevistado a cada uno de los puntos mencionados en la guía de pautas:



	<i>PAUTA</i>	<i>Entrevistado 1</i>	<i>Entrevistado 2</i>	<i>Entrevistado 3</i>	<i>Entrevistado 4</i>	<i>Entrevistado 5</i>	<i>Entrevistado 6</i>
Tiempo Libre	<i>Actividades que realiza</i>	Emprendimiento propio Gimnasia Pasa tiempo con el novio Mira películas Cocina	Estar con amigas	Leer Cine Salir con amigas a pasear Visitar lugares al aire libre	Deporte (Paddle) Navega por Internet Mira películas Los fines de semana sale a tomar algo con amigos o la novia	Internet TV Películas Libros Salir a comer con el novio o con amigas	Sale a comer o Va a bailar con amigos Gimnasio Pasea
	<i>Cantidad</i>	L a V: todo el día excepto seis horas (de 14 a 20) Fin de Semana: Completo	2 horas por día por la tardecita - noche Fines de semana completos casi siempre	Tardecita a partir de las 20 Hs Fines de semana completos casi siempre	De lunes a viernes desde las 7 de la tarde hasta las 10 de la noche Fines de semana completos	Tardecita noche de lunes a viernes (de 19 en adelante) Fines de semana casi siempre completos	3 o 4 horas por día a la tardecita cuando deja de estudiar. Los fines de semana completos
	<i>Actividades de Interés</i>	Teatro Música	Manualidades, solidarias	Viajes (para conocer culturas nuevas y otra gente)	Publicidad Empresas y Negocios Emprendedorismo	Arte (pintura) Cine Escribir	Lectura Películas Escuchar música



				Culturales: Cine, pinturas clásicas y contemporánea, artesanías, teatro (conoce poco pero le gustaría conocer mas)	Conferencias de personas reconocidas		
	Interés por actividades culturales	SI: Teatro Cine	NO	SI: Pintura Cine Artesanías teatro	SI: Teatro (obras) Cine Música (reggae)	SI: pintura, cine y literatura	SI: Teatro Cine
	Personas con quienes lo consume	Novio Amigas	Con amigos	Amigos Novio	Novia Amigos	Amigas o sola	Hermana Novio
Medios de Comunicación	Consume	SI	Consume	SI	SI	SI, mucho	SI
	¿Cuáles?	TV Diario on line Radio	TV Internet (mails)	Internet (chat, páginas, blogs, etc) Radio	TV Diarios Internet (páginas, mail, chat, etc)	TV (canales extranjeros, deportes) Diarios on line	Radio TV Diarios
	¿Cuáles en particular?	Canal 8, Canal 12 La Voz On line	Noticieros locales (tele 8) Página de	La Voz on line Cadena 3 on line	Películas La Voz del Interior (papel)	Tele 8 Clarín on line La Voz on line	Mitre y 100.5 Programas de entretenimie



		100.5	facultad, cursos	Cadena 3 (Mario Pereira)	Paginas Web no locales, a veces Córdoba.net	Infobae La Nación on line Cadena 3 on line	nto, noticieros locales (canal 12) La Voz
	Horario de consumo	TV: al mediodía noticieros y a la noche entretenimiento Internet: por la tarde (en el trabajo) Radio: por la mañana	Almuerzo (noticieros) Cena (noticieros) Tarde (programas de chimentos)	Mañana: radio Almuerzo: portal de La Voz del Interior	La Voz del Interior por la mañana TV por la noche Internet todo el día	A la mañana diarios on line TV a la noche	Mitre por la mañana TV por la noche La Voz del Interior solo los domingos
	Preferencia para recibir información	Mail Web: Consulta para saber que actividades hay (Córdoba. Net)	Noticieros locales Páginas Web	Guía de Fin de Semana (La Voz del Interior) Cordoba.net Página Web donde se puedan proponer actividades	Mail	Diarios on line TV: noticieros locales	Diario Mails (prefiere)
Paseo del Buen Pastor	Conoce	SI	SI	SI	SI	SI	SI





	<b>Pasa a menudo</b>	SI: 1 ves por día en la semana y los fines de semana 2 o tres veces	SI: 4 o 5 veces por semana como mínimo	SI: 3 o 4 veces por semana	SI: una o dos veces por semana Siempre se detiene para ver que hay en la parte de afuera	SI: 4 veces por día	SI: siempre que va a la Universidad, 2 veces por día
	<b>Definición del lugar</b>	Distinto Limpio Le encanta	"Lindo lugar de encuentro"	Mezcla de cosas y actividades Espacio moderno, Joven Tiene historia y la conjuga con lo moderno	"Excelente espacio que cambió la fachada de Córdoba" Buen lugar para pasar tiempo con amigos Buen lugar para atraer turistas	Paseo Moderno Atractivo para los jóvenes que van a tomar mate (aunque no le parece adecuado)	"Súper ordenado y limpio" "Buen ambiente" Le encanta "Le ha cambiado la fachada a la ciudad"
	<b>Actividades que conoce que se realizan en el lugar</b>	Chicos que se disfrazan tipo payasos, teatro callejero Aguas danzantes Restaurante	Bailes de capoheira de grupos independientes en la parte del parque del Paseo	Pinturas Restaurante Aguas Danzantes Unos días designados para visitas	Exposiciones de arte "Excursiones por la ex cárcel de mujeres" "Una vez estuvieron los Caligaris"	Exposiciones Comercios Bares	Exposiciones de pintura Obras de teatro Bares
	<b>Participación en las actividades</b>	NO: solo ve el show de aguas, porque	NO, solo ve de pasada Va al parque	Visita los fines de semana para	NO, porque solo sabe que existen	Fue a un par de bares No participa	NO



		pasa por el lugar justo	con amigos	esparcimiento en el parque Una vez fue a una exposición de arte y otra vio esculturas	muestras de arte y no le interesan "no se si hay que pagar o no"	de las actividades culturales	
	Participaría	SI: porque le queda cómodo y porque le gusta mucho el lugar	SI: si son temas de su interés (sociales)	SI: porque le gusta el lugar y le queda relativamente cerca (6 cuadras)	SI: si hay cosas que le gusten	SI: porque esta cerca, iría si hay actividades que le interesen.	SI, porque le queda cerca
	Medios por los cuales se entera	Le contó el grupo de teatro que lo hace porque los conoce. Pasa y se entera porque están en ese momento	NO se entera. Solo para año nuevo le llevo un mail de los restaurantes	No se entera, solo pro boca a boca, tiene una amiga que le comenta. En los medios de comunicación ve noticias pero de tono político	No se entera, los que sabe es porque paso cuando se estaban realizando Le comentaron amigos	No se entera	Se entera cuando pasa por carteles que ponen la iglesia
	Actividades que les gustaría que se realicen	Espectáculos para ver (teatro, coro) Talleres de	Recitales Charlas de temáticas sociales	Le gustaría que los restaurantes hagan	Cine bajo las estrellas Recitales para convocar a	Exposiciones internacionales Charlas y	Le gustaría enterarse que se hace en el lugar



		teatro		actividades relacionadas a lo cultural Recitales Conocer muestras Teatro Cine (no sabe si se puede realizar)	muchos estudiantes	conferencias	para tener información y poder participar
Observaciones					No conoce las instalaciones y por eso le cuesta responder que se podría hacer en el lugar	Le parece que debería ser un lugar mas cultural, ya que considera que actualmente solo se lo utiliza para recreación Le gustaría que se traigan muestras de afuera No conoce las instalaciones	Considera que "es un lugar para jóvenes porque está en el corazón de nueva Córdoba"



## ANÁLISIS PARCIAL DE ENCUESTAS

Según lo planeado en la etapa de diseño metodológico, se realizaron 100 encuestas a estudiantes universitarios de la Ciudad de Córdoba. Dicho trabajo de campo se realizó durante los meses de marzo y abril del año 2008. Los cuestionarios se entregaron a cada uno de los sujetos que conformaron la muestra y ellos lo completaban sin intervención de ninguna persona.

Los requisitos que los jóvenes debían cumplir para participar de la encuesta eran los siguientes:

1. Ser estudiante universitario.
2. Tener edad comprendida entre los 18 y los 25 años.
3. Pertenecer a alguna de las siguientes Universidades: Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Católica de Córdoba, Universidad Blas Pascal o Universidad Siglo 21.
4. Residir en el Barrio de Nueva Córdoba de la ciudad de Córdoba.

Es importante destacar que la cantidad de elementos muestrales por universidad fue establecida según la cantidad aproximada de estudiantes que asisten a cada una de las universidades mencionadas, logrando así la siguiente distribución:

UNIVERSIDAD	Cantidad aproximada de alumnos	Porcentaje	Unidades de análisis
UNC	113.000 (aprox.)	86 % (aprox.)	86
UES 21	4.000 (aprox.)	3% (aprox.)	3
UCC	7.500 (aprox.)	6% (aprox.)	6
UBP	6.000 (aprox.)	5% (aprox.)	5
TOTAL	130.500	100 %	100

A continuación se presenta el cuestionario que se entregó a cada uno de los sujetos que participaron de la muestra.



## ENCUESTA

La encuesta que se solicita completar a continuación, forma parte del Trabajo Final de Graduación de Valeria Durand, se ruega contestar con total sinceridad. Muchas gracias por su colaboración.

### INSTRUCTIVO:

Solo podrán completar la encuesta las personas que cumplan con las siguientes características:

- Deben ser estudiantes universitarios
- Deben asistir a alguna de las siguientes universidades: UNC, UBP, UES 21 o UCC
- Su edad debe estar comprendida entre los 18 y 25 años
- Deben habitar en el Barrio de Nueva Córdoba

Marcar con una cruz (X) la opción que considere correspondiente. En los casos indicados mediante la frase "puede marcar mas de una opción", podrá seleccionar con una X todas las respuestas que considere conveniente.

### SEXO:

- ☐ Femenino  
☐ Masculino

### UNIVERSIDAD:

- ☐ Universidad Nacional de Córdoba  
☐ Universidad Católica de Córdoba  
☐ Universidad Blas Pascal  
☐ Universidad Empresarial Siglo 21

### EDAD:

### CARRERA: .....

### AÑO QUE CURSA: .....

#### 1. *¿Utiliza Internet a diario?*

- ☐ SI  
☐ NO A DIARIO ¿Cada cuánto tiempo utiliza?.....  
☐ NO UTILIZO

#### 2. *¿Le interesan las actividades culturales?*

- ☐ SI - ¿Cuál/es?.....  
☐ NO  
☐ NS/NC

#### 3. *¿Conoce el Paseo del Buen Pastor?*

- ☐ SI  
☐ Interior y Exterior  
☐ Solo el exterior  
☐ Solo el interior  
☐ NO (*Termina la encuesta. Muchas gracias*)



**4. ¿Suele ir al Paseo del Buen Pastor?**

- ☐ NO / ¿Por qué?.....
- ☐ SI:
- ☐ Más de una vez al día
  - ☐ 1 vez al día
  - ☐ Entre 2 y 6 veces a la semana
  - ☐ 1 vez a la semana
  - ☐ Cada 2 semanas
  - ☐ 1 vez al mes
  - ☐ Menos de una vez al mes

**5. ¿Cómo se enteró de la existencia del Paseo del Buen Pastor?**

- ☐ Me contó un amigo
- ☐ Por los medios de comunicación masiva (TV, Radios, Diarios, etc.)
- ☐ Pasé y lo vi
- ☐ OTRA/S - ¿Cuál/es?.....

**6. ¿Considera que es un lugar para jóvenes?**

- ☐ SI
- ☐ NO
- ☐ NS/NC

**7. ¿Cuál/es de las siguientes palabras considera que caracteriza/n mejor al Paseo del Buen Pastor? (puede marcar mas de una opción)**

- ☐ Cultura
- ☐ Turismo
- ☐ Recreación / esparcimiento
- ☐ Historia
- ☐ Arquitectura
- ☐ Entretenimiento
- ☐ Gastronomía
- ☐ Paseo comercial
- ☐ OTRA/S - ¿Cuál/es?.....

**8. ¿Con cuál/es de las siguientes actividades relaciona al Paseo del Buen Pastor? (puede marcar mas de una opción)**

- ☐ Exposiciones de arte
- ☐ Aguas Danzantes
- ☐ Obras de teatro
- ☐ Teatro callejero
- ☐ Música (recitales, conciertos)
- ☐ Cine
- ☐ Visitas guiadas
- ☐ Charlas y conferencias
- ☐ Talleres
- ☐ Show de baile
- ☐ OTRA/S - ¿Cuál/es?.....



**9. ¿Por cuál/es de los siguientes medios recibe información sobre las actividades que se realizan en el Paseo del Buen Pastor? (puede marcar mas de una opción)**

- ☐ Radio - ¿Cuál/es?.....
- ☐ TV - ¿Qué programa/s?.....
- ☐ Páginas Web - ¿Cuál/es?.....
- ☐ E - mail
- ☐ Diarios - ¿Cuál/es?.....
- ☐ Revistas - ¿Cuál/es?.....
- ☐ Me entero por conocidos
- ☐ Paso por el lugar y veo que se están realizando
- ☐ Por carteles en el lugar
- ☐ Folletos
- ☐ Otros medios ¿Cuál/es?.....
- ☐ No recibo

**10. ¿Cuál/es de las siguientes actividades le gustaría que se realicen en el Paseo del Buen Pastor? (puede marcar mas de una opción)**

- ☐ Recitales - ¿De que estilo/s de música?.....
- ☐ Exposiciones de arte (pintura, escultura, etc)
- ☐ Exposiciones de otros temas - ¿Cuáles?.....
- ☐ Teatro
- ☐ Cine
- ☐ Talleres - ¿De qué?.....
- ☐ Charlas - ¿De qué?.....
- ☐ Shows de danza
- ☐ Feria de artesanías
- ☐ Concursos - ¿De qué tipo?.....
- ☐ OTRAS - ¿Cuáles?.....

**11. En caso de que el Paseo del Buen Pastor le ofrezca actividades de su interés, ¿Participaría?**

- ☐ SI
- ☐ NO
- ☐ NS/NC

**12. ¿Por cuál/es de los siguientes medios le gustaría enterarse de las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor? (puede marcar mas de una opción)**

- ☐ Diarios - ¿Cuál/es?.....
- ☐ Radios - ¿Cuál/es?.....
- ☐ Tv - ¿Cuál/es?.....
- ☐ Revistas - ¿Cuál/es?.....
- ☐ E-Mail
- ☐ Página Web del lugar



- ☐ Información en otras Páginas Web - ¿Cuál/es?.....  
☐ Folletos  
☐ Revista del lugar de distribución gratuita  
☐ Cartelera en el lugar  
☐ OTROS - ¿Cuál/es?.....  
☐ No quiero recibir información

**13. ¿Con cuál/es de las siguientes frases está mas de acuerdo con respecto a la recepción de información sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor? (puede marcar mas de una opción)**

- ☐ Prefiero buscar yo la información que necesito  
☐ Me gustaría que me llegue información a mi casa  
☐ Me gustaría recibir información en la Universidad  
☐ El medio más práctico para recibir información es a través de Internet  
☐ No quiero recibir información

**14. ¿Cómo calificaría a los siguientes aspectos del Paseo del Buen Pastor? (E: excelente, MB: muy bueno, B: bueno, R: regular, M: malo)**

	E	MB	B	R	M	NS/NC
Ubicación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variedad de actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atención del personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Información sobre actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**En caso de que Usted desee recibir información sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor por favor completar los siguientes datos (los que desee):**

E- mail:  
 Dirección postal:  
 Teléfono:

**¡Muchas Gracias por su colaboración!**

**Valeria Durand**





A continuación se presentará la grilla elaborada para plasmar la totalidad de las respuestas que la muestra dio a las preguntas cerradas. A cada una de las respuestas se le otorgó una letra (o una letra y un número) con el objetivo de lograr mayor sencillez en la confección de la tabla. A continuación se presenta el glosario que muestra la letra asignada a cada respuesta:

***SEXO:***

Femenino	F
Masculino	M

***EDAD:***

La edad fue plasmada en la tabla en números según la cantidad de años del elemento muestral. Ejemplo: 18, 19, 20, etc.

***UNIVERSIDAD:***

Universidad Nacional de Córdoba	UNC
Universidad Católica de Córdoba	UCC
Universidad Blas Pascal	UBP
Universidad Siglo 21	UES

***CARRERA:***

Contador Público	CP
Diseño Gráfico	DG
Ingeniería	ING
Trabajo Social	TS
Diseño Industrial	DIN
Comunicación Social	CS
Agronomía	AGR
Psicología	PSI
Relaciones Públicas	RPI
Odontología	ODO
Abogacía	ABO
Administración	ADM
Bioquímica	BIOQ
Publicidad	PUB
Kinesiología	KIN
Letras	LET
Ciencias Políticas	CSP



Arquitectura	ARQ
Plástica	PLA
Medicina	MED
Nutrición	NUT

**AÑO QUE CURSA:**

Primero	1
Segundo	2
Tercero	3
Cuarto	4
Quinto	5

**1. ¿Utiliza Internet a diario?**

SI	A
NO A DIARIO	B
NO UTILIZO	C

**2. ¿Le interesan las actividades culturales?**

SI	A
NO	B
NS/NC	C

**3. ¿Conoce el Paseo del Buen Pastor?**

SI	Interior y Exterior	A1
	Solo Exterior	A2
	Solo interior	A3
NO		B

**4. ¿Suele ir al Paseo del Buen Pastor?**

NO		A
SI	Mas de una vez al día	B1
	1 vez al día	B2
	Entre 2 y 6 veces a la semana	B3
	1 vez a la semana	B4
	Cada 2 semanas	B5
	1 vez al mes	B6
	Menos de una vez al mes	B7



5. *¿Cómo se enteró de la existencia del Paseo del Buen Pastor?*

Me contó un amigo	A
Por los MCM	B
Pasé y lo vi	C
OTRA/S	D

6. *¿Considera que es un lugar para jóvenes?*

SI	A
NO	B
NS/NC	C

7. *¿Cuál/es de las siguientes palabras considera que caracteriza/n mejor al Paseo del Buen Pastor?*

Cultura	A
Turismo	B
Recreación / esparcimiento	C
Historia	D
Arquitectura	E
Entretenimiento	F
Gastronomía	G
Paseo comercial	H
OTRA/S	I

8. *¿Con cuál/es de las siguientes actividades relaciona al Paseo del Buen Pastor?*

Exposiciones de arte	A
Aguas Danzantes	B
Obras de teatro	C
Teatro callejero	D
Música (recitales, conciertos)	E
Cine	F
Visitas guiadas	G
Charlas y conferencias	H
Talleres	I
Show de baile	J
OTRA/S	K

9. *¿Por cuál/es de los siguientes medios recibe información sobre las actividades que se realizan en el Paseo del Buen Pastor?*



Radio	A
TV	B
Páginas Web	C
E - mail	D
Diarios	E
Revistas	F
Me entero por conocidos	G
Paso por el lugar y veo que se están realizando	H
Por carteles en el lugar	I
Folletos	J
Otros medios	K
No recibo	L

10. *¿Cuál/es de las siguientes actividades le gustaría que se realicen en el Paseo del Buen Pastor?*

Recitales	A
Exposiciones de arte	B
Exposiciones de otros temas	C
Teatro	D
Cine	E
Talleres	F
Charlas	G
Shows de danza	H
Feria de artesanías	I
Concursos	J
OTRAS	K

11. *En caso de que el Paseo del Buen Pastor le ofrezca actividades de su interés, ¿Participaría?*

SI	A
NO	B
NS/NC	C

12. *¿Por cuál/es de los siguientes medios le gustaría enterarse de las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor?*

Diarios	A
Radios	B
TV	C
Revista	D
E Mail	E
Página Web del lugar	F



Información en otras Páginas Web	G
Folletos	H
Revista del lugar	I
Cartelera	J
OTRAS	K
No quiero recibir información	L

**13. ¿Con cuál/es de las siguientes frases está mas de acuerdo con respecto a la recepción de información sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor?**

Prefiero buscar yo la información que necesito	A
Me gustaría que me llegue información a mi casa	B
Me gustaría recibir información en la Universidad	C
El medio más práctico para recibir información es a través de Internet	D
No quiero recibir información	E

**14. ¿Cómo calificaría a los siguientes aspectos del Paseo del Buen Pastor?**

En esta pregunta se les pidió a los encuestados que evalúen 6 características del Paseo del Buen Pastor (ubicación, limpieza, decoración, variedad de actividades, atención del personal e información de las mismas), mediante la aplicación de una de las siguientes valoraciones:

Excelente	E
Muy Bueno	MB
Bueno	B
Regular	R
Malo	MB
No sabe, no contesta	NS/NC

Presentaremos a continuación la grilla confeccionada para plasmar la totalidad de las respuestas dadas a las preguntas cerradas por cada una de las personas que respondió esta encuesta sobre el Paseo del Buen Pastor.



### GRILLA DE ENCUESTAS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>Sexo</b>	F	F	M	F	F	F	F	M	F	F	F	M	F	M
<b>Edad</b>	21	24	23	23	23	19	21	19	23	22	20	18	23	19
<b>Universidad</b>	UNC	UBP	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UES	UNC	UCC	UNC
<b>Carrera</b>	CP	DG	ING	ING	TS	DIN	CS	AGR	CS	PSI	RPI	ODO	ADM	ABO
<b>Año que cursa</b>	4	5	4	5	5	2	3	2	4	4	5	1	5	1
<b>1</b>	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>2</b>	B	A	A	C	A	A	A	A	A	A	A	A	C	A
<b>3</b>	A2	A1	A2	A1	A1	A1	A2	A2	A2	A1	A1	A1	A2	A2
<b>4</b>	B7	B4	B6	B7	A	A	B5	A	B7	B6	B4	B7	B7	B6
<b>5</b>	C	B	C	C	B	C	B	C	C	C	A	C	C	C
<b>6</b>	A	A	A	A	A	A	A	B	A	A	C	C	A	A
<b>7</b>	C	C	ABCDE	C	BD	ACEF	ABCD	ACEGH	ACD	CF	ABC	BC	C	CDE
<b>8</b>	B	B	ABEG	B	B	AB	ABDG	ABG	B	B6	ABC	B	AB	AB
<b>9</b>	L	B	BCEGHI	L	L	L	GHI	L	L	L	H	H	GH	L
<b>10</b>	A	B	ADI	D	DEFG	B	ABDEHI	A	AF	ABH	ABDE	AE	EGH	AD
<b>11</b>	A	A	A	A	A	A	A	C	A	A	A	A	A	A
<b>12</b>	EF	EF	EFH	J	ACFHIJ	CF	EFIJ	E	EG	IJ	CFHJ	CH	EJ	E
<b>13</b>	D	D	CD	D	CD	D	CD	D	D	B	D	D	D	D
<b>Ubicación</b>	E	E	E	E	E	E	E	MB	E	E	MB	E	E	E
<b>Limpieza</b>	MB	MB	MB	E	MB	MB	MB	B	E	MB	MB	E	E	B
<b>Decoración</b>	MB	MB	MB	MB	B	MB	MB	MB	MB	MB	MB	MB	E	E
<b>Variedad de activ.</b>	R	B	B	B	M	R	MB	R	R	R	R	R	MB	R
<b>Atención</b>	NS/NC	B	NS/NC	B	R	R	B	R	NS/NC	B	NS/NC	NS/NC	R	B
<b>Info de las activ.</b>	R	R	B	R	M	M	R	R	M	R	M	M	R	M



	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
<b>Sexo</b>	F	F	F	M	F	F	F	F	M	F	F	F	F
<b>Edad</b>	20	23	25	23	25	23	24	23	24	23	19	20	23
<b>Universidad</b>	UCC	UNC	UBP	UCC	UNC	UES	UNC	UBP	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC
<b>Carrera</b>	ADM	BIOQ	ADM	AGR	ABO	PUB	KIN	ADM	AGR	ADM	LET	ABO	KIN
<b>Año que cursa</b>	2	4	5	4	5	3	5	5	4	3	2	3	4
<b>1</b>	A	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>2</b>	C	C	A	A	A	A	A	A	C	A	A	A	A
<b>3</b>	A1	A1	A1	A2	A2	A2	A1	A1	A2	A2	A1	A1	A1
<b>4</b>	B7	B4	A	B5	B4	A	B5	B6	A	B5	A	B5	B5
<b>5</b>	C	C	C	B	C	C	B	C	C	C	C	C	C
<b>6</b>	A	A	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	C	ACF	ACEF	DE	ABCE	C	A	ACFG	CD	ACDE	C	ACDG	ABCEFG
<b>8</b>	E	AB	AB	B	AB	AB	B	ABDEGJ	BE	B	AB	ABCE	B
<b>9</b>	GH	ABGH	L	H	H	L	B	CGH	H	L	EFG	GH	L
<b>10</b>	EGH	AEI	B	A	AEI	E	EI	DEH	I	DEH	ABDEFGHI	E	EI
<b>11</b>	A	A	A	A	A	B	A	A	B	A	A	C	A
<b>12</b>	EJ	EFJ	CF	CJ	IJ	L	E	EFIJ	L	CE	ABC	EI	EIJ
<b>13</b>	D	D	D	D	D	E	CD	D	E	D	CD	B	D
<b>Ubicación</b>	E	E	E	E	E	MB	E	E	R	E	MB	E	E
<b>Limpieza</b>	MB	E	MB	MB	MB	R	E	MB	MB	B	MB	MB	MB
<b>Decoración</b>	MB	E	MB	E	MB	MB	MB	MB	R	E	B	MB	E
<b>Variedad de activ.</b>	R	B	R	B	R	B	B	B	NS/NC	B	R	MB	NS/NC
<b>Atención</b>	MB	MB	R	B	B	R	NS/NC	MB	NS/NC	R	NS/NC	B	MB
<b>Info de las activ.</b>	R	R	M	R	R	NS/NC	B	R	NS/NC	B	M	R	R



	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
<b>Sexo</b>	F	F	F	F	F	M	F	M	F	M	F	M
<b>Edad</b>	19	20	21	20	22	19	21	20	22	23	23	25
<b>Universidad</b>	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UCC	UNC	UCC	UNC	UES	UNC	UNC
<b>Carrera</b>	PSI	ODO	ADM	ABO	ABO	CSP	PSI	ARQ	PSI	PUB	CS	DIN
<b>Año que cursa</b>	1	1	2	1	3	2	3	2	4	5	5	5
<b>1</b>	A	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>2</b>	A	A	A	A	A	A	A	A	B	A	A	A
<b>3</b>	A2	A2	A1	A1	A1	A1	A1	A2	A2	A2	A2	A1
<b>4</b>	B7	B4	B7	A	B4	B6	B4	B4	B6	B6	B7	B7
<b>5</b>	C	C	C	C	C	C	B	D	B	B	C	B
<b>6</b>	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	A	ACEF	ACE	C	ABCE	ABCDEF	ADE	ABEF	ABC	C	AEG	ADE
<b>8</b>	ABEG	ABCG	ABCE	A	AB	ABE	BE	ABEG	ABEG	B	ABE	ABI
<b>9</b>	L	GH	GHI	G	H	L	CE	G	BGH	G	GH	G
<b>10</b>	ABDI	I	ADE	A	AEI	AB	ADF	BDEF	A	A	ABCDEFGH	CE
<b>11</b>	A	C	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>12</b>	BCEFHIJ	BJ	BEFIJ	F	IJ	E	CEHI	ACEFHJK	EF	BCJ	EFHIJ	CEFJ
<b>13</b>	D	B	D	A	D	D	D	CD	BC	A	BD	D
<b>Ubicación</b>	E	E	E	E	E	E	MB	E	MB	E	E	E
<b>Limpieza</b>	E	MB	MB	MB	MB	E	MB	E	E	E	MB	MB
<b>Decoración</b>	MB	MB	E	MB	MB	E	MB	R	MB	E	E	MB
<b>Variedad de activ.</b>	B	MB	R	B	R	B	B	B	B	M	R	R
<b>Atención</b>	NS/NC	MB	NS/NC	MB	B	NS/NC	B	MB	NS/NC	B	B	NS/NC
<b>Info de las activ.</b>	NS/NC	R	M	B	R	M	M	R	R	M	M	NS/NC





	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
<b>Sexo</b>	M	M	F	F	M	M	M	F	F	F	M	F	F	M
<b>Edad</b>	20	23	20	22	23	18	23	19	21	20	20	20	25	19
<b>Universidad</b>	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC
<b>Carrera</b>	ADM	CS	CP	PLA	ABO	MED	ARQ	ABO	AGR	ADM	ADM	PSI	CS	DIN
<b>Año que cursa</b>	3	4	3	5	5	2	2	1	2	2	3	3	5	2
<b>1</b>	A	A	A	B	A	A	B	A	B	A	A	A	A	A
<b>2</b>	A	C	A	A	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A
<b>3</b>	A2	A1	A1	A2	A2	A1	A2	A2	A2	A2	A1	A2	A2	A2
<b>4</b>	B6	B7	B6	B5	B6	B5	B5	B7	B4	A	B4	B4	B6	A
<b>5</b>	C	C	C	B	B	A	C	C	B	B	B	B	C	A
<b>6</b>	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	B	CH	CEG	BCF	G	BE	CE	ABC	C	ABC	AC	E	AD	C
<b>8</b>	B	AE	ABCEG	AB	BK	B	AB	AB	E	B	BE	B4	B6	A
<b>9</b>	L	L	H	CGH	L	L	L	L	L	L	BH	H	GH	G
<b>10</b>	H	DEH	BDGH	ABDEJ	B	A	E	AI	A	BCDEFH	AB	B	DF	I
<b>11</b>	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	C	A	A
<b>12</b>	FJ	ACEI	CEFHJ	EFIJ	AE	BC	BC	CIJ	F	HI	CEH	F	EIJ	F
<b>13</b>	A	D	D	C	D	D	C	B	B	C	CD	D	C	D
<b>Ubicación</b>	MB	E	MB	E	E	E	E	E	M	MB	E	MB	E	MB
<b>Limpieza</b>	R	MB	MB	E	E	MB	MB	MB	B	MB	E	MB	E	MB
<b>Decoración</b>	B	MB	MB	E	MB	MB	B	E	B	E	MB	E	E	MB
<b>Variedad de activ.</b>	R	NS/NC	B	NS/NC	R	R	MB	NS/NC	R	NS/NC	B	R	B	B
<b>Atención</b>	B	NS/NC	NS/NC	NS/NC	MB	NS/NC	NS/NC	NS/NC	B	NS/NC	R	NS/NC	NS/NC	E
<b>Info de las activ.</b>	R	NS/NC	NS/NC	NS/NC	M	R	R	NS/NC	M	M	R	M	R	M



	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67
<b>Sexo</b>	M	F	M	M	M	M	F	M	F	F	F	F	M	F
<b>Edad</b>	18	23	24	20	18	18	23	19	24	20	20	22	18	19
<b>Universidad</b>	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC
<b>Carrera</b>	ING	MED	ING	CP	MED	ING	ABO	CP	ING	NUT	ABO	TS	ING	CS
<b>Año que cursa</b>	1	5	4	2	1	1	5	2	3	1	2	4	1	1
<b>1</b>	A	B	A	A	A	A	B	A	A	A	C	B	A	B
<b>2</b>	A	A	C	C	A	A	A	A	A	A	C	A	A	A
<b>3</b>	A1	A2	A2	A1	A2	A1	A1	A1	A2	A1	A2	A2	A2	A2
<b>4</b>	A	B7	A	B7	B4	A	B4	A	A	B7	B6	B5	B7	B5
<b>5</b>	B	C	B	C	C	B	C	C	B	B	C	C	C	C
<b>6</b>	A	A	A	B	A	C	A	B	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	C	A	B	B	AB	FG	CEGH	H	C	C	E	C	ABC	ACG
<b>8</b>	AB	AB	A	AB	B	BG	ABJ	K	AE	B	B	AB	BE	AB
<b>9</b>	B	L	C	L	L	B	L	L	E	BE	L	L	L	L
<b>10</b>	F	DEF	A	A	AH	E	ABHJ	G	A	AI	D	ADEI	DE	ADF
<b>11</b>	A	A	A	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	A
<b>12</b>	AE	IJ	F	F	ABC	AC	CEHIJ	L	F	ABC	F	CEH	E	IJ
<b>13</b>	B	D	D	A	B	B	B	A	D	D	A	D	CD	CD
<b>Ubicación</b>	E	E	E	MB	E	MB	MB	E	E	E	MB	E	E	E
<b>Limpieza</b>	B	MB	E	MB	B	MB	E	M	E	MB	MB	MB	MB	E
<b>Decoración</b>	MB	MB	E	MB	MB	MB	B	MB	E	E	E	MB	MB	E
<b>Variedad de activ.</b>	R	NS/NC	NS/NC	R	NS/NC	NS/NC	B	B	B	B	B	B	B	R
<b>Atención</b>	B	NS/NC	NS/NC	NS/NC	NS/NC	NS/NC	MB	NS/NC	B	B	R	NS/NC	NS/NC	NS/NC
<b>Info de las activ.</b>	R	M	NS/NC	R	M	M	R	M	R	R	M	M	M	M



	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
<b>Sexo</b>	M	M	M	F	M	F	M	M	M	M	F	M	F
<b>Edad</b>	22	21	19	19	20	19	19	19	22	22	21	23	21
<b>Universidad</b>	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC
<b>Carrera</b>	ARQ	ARQ	ARQ	ARQ	ARQ	ARQ	MED	ARQ	ARQ	MED	MED	KIN	ODO
<b>Año que cursa</b>	2	2	2	2	1	2	2	2	3	4	4	4	4
<b>1</b>	B	A	A	A	C	A	A	A	A	A	A	A	B
<b>2</b>	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	B
<b>3</b>	A2	A1	A2	A2	A1	A2	A1	A2	A2	A2	A1	A2	A1
<b>4</b>	B5	B6	A	B6	B6	A	B4	A	A	A	B5	B5	B7
<b>5</b>	C	C	B	A	A	B	B	A	C	B	C	B	C
<b>6</b>	A	C	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	CE	H	ABCDE	CEH	ABD	ACDE	ABCEH	ABCEGH	ACDE	ABCG	A	ACE	C
<b>8</b>	ABCE	B	AB	AB	BDG	BC	AB	ABEH	ABE	AB	BG	AB	A
<b>9</b>	L	H	I	L	J	C	EGIJ	CEG	BGH	L	I	AG	L
<b>10</b>	AE	I	I	ABIJ	AJ	A	ABDEHI	DE	AB	E	DE	AE	I
<b>11</b>	C	C	A	A	C	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>12</b>	H	I	EFHJ	EJ	I	AE	ABCEFHJ	FIJ	AB	CE	H	B	C
<b>13</b>	D	B	D	D	C	D	BCD	D	BC	C	B	A	B
<b>Ubicación</b>	MB	MB	E	E	MB	MB	E	MB	E	E	MB	MB	MB
<b>Limpieza</b>	B	MB	E	B	E	MB	E	MB	E	MB	E	MB	MB
<b>Decoración</b>	E	MB	B	R	MB	R	E	E	E	MB	MB	MB	MB
<b>Variedad de activ.</b>	R	B	B	B	MB	B	MB	R	MB	MB	MB	B	NS/NC
<b>Atención</b>	B	NS/NC	B	B	NS/NC	MB	NS/NC	NS/NC	MB	MB	E	MB	MB
<b>Info de las activ.</b>	B	R	B	R	B	B	R	R	B	B	R	B	M



	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94
<b>Sexo</b>	F	F	M	F	M	M	M	F	M	F	F	M	M	M
<b>Edad</b>	25	24	18	22	22	19	19	19	19	24	21	19	23	21
<b>Universidad</b>	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC	UBP	UNC	UCC
<b>Carrera</b>	BIOQ	MED	ODO	MED	KIN	MED	KIN	MED	ING	CS	CS	ING	ING	AGR
<b>Año que cursa</b>	4	4	2	3	4	2	2	2	2	5	2	2	5	3
<b>1</b>	A	A	B	B	B	A	B	B	A	A	A	A	A	A
<b>2</b>	A	A	A	A	A	C	C	A	A	A	A	A	A	A
<b>3</b>	A1	A2	A1	A1	A2	A1	A2	A2	A2	A2	A2	A1	A2	A2
<b>4</b>	B6	B4	A	A	B7	B3	B3	B4	B6	B7	B6	B7	B7	B7
<b>5</b>	C	C	C	B	A	A	B	C	C	B	B	C	B	B
<b>6</b>	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	CE	C	BH	CE	E	C	C	ABCF	F	CEG	CE	E	ABD	BE
<b>8</b>	AB	B	D	BCE	K	B	B	AB	B	ABD	BEG	ABC	BK	B
<b>9</b>	BGH	L	H	A	L	L	L	GH	L	G	EGH	L	CD	L
<b>10</b>	BDE	AH	AB	AD	AG	AI	ADHI	BDFH	A	ADI	BDE	ABE	AI	AGR
<b>11</b>	A	C	B	A	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A
<b>12</b>	FI	J	L	CF	L	EHJ	IJ	ABCFHIJ	BCEJK	BEFHI	AEF	CF	A	CJ
<b>13</b>	B	A	A	BCD	B	C	C	C	C	BD	D	D	D	A
<b>Ubicación</b>	E	B	R	B	MB	E	E	E	E	E	E	MB	MB	E
<b>Limpieza</b>	R	B	B	MB	R	MB	E	MB	E	MB	E	MB	MB	MB
<b>Decoración</b>	B	B	R	MB	B	B	MB	MB	E	MB	E	MB	MB	B
<b>Variedad de activ.</b>	R	R	R	B	R	M	R	R	R	R	MB	NS/NC	R	NS/NC
<b>Atención</b>	R	B	M	B	NS/NC	B	NS/NC	NS/NC	R	NS/NC	NS/NC	NS/NC	M	NS/NC
<b>Info de las activ.</b>	R	M	R	R	M	M	M	M	M	M	B	M	R	M



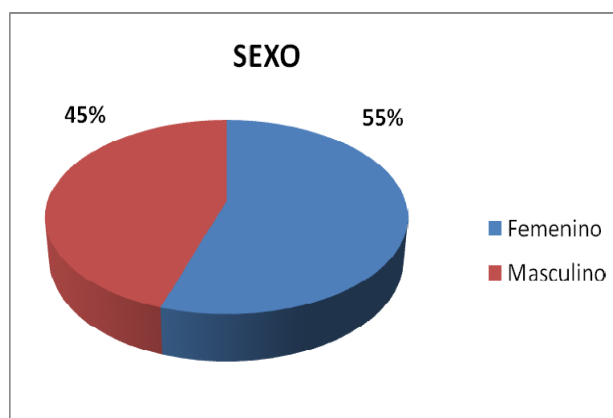
	95	96	97	98	99	100
<b>Sexo</b>	F	M	M	M	F	M
<b>Edad</b>	18	18	22	25	20	19
<b>Universidad</b>	UBP	UNC	UNC	UNC	UNC	UNC
<b>Carrera</b>	ARQ	ING	CP	PSI	LET	CS
<b>Año que cursa</b>	1	1	3	4	3	2
<b>1</b>	A	A	A	A	A	A
<b>2</b>	A	A	A	A	A	A
<b>3</b>	A1	A2	A1	A2	A2	A2
<b>4</b>	B6	B4	B6	B7	A	B5
<b>5</b>	A	C	C	C	B	A
<b>6</b>	A	A	A	A	A	A
<b>7</b>	AF	CFGH	AC	ADG	AE	AFG
<b>8</b>	AB	J	ABG	AB	AB	ABG
<b>9</b>	GH	H	L	A	L	L
<b>10</b>	BI	IK	AD	AEF	DEF	EFG
<b>11</b>	A	A	A	A	A	A
<b>12</b>	J	J	IJ	BE	IJ	EFI
<b>13</b>	C	D	CD	C	C	D
<b>Ubicación</b>	E	MB	E	E	MB	E
<b>Limpieza</b>	MB	B	E	MB	MB	MB
<b>Decoración</b>	B	B	E	MB	E	E
<b>Variedad de activ.</b>	B	B	B	B	MB	B
<b>Atención</b>	B	R	NS/NC	B	NS/NC	NS/NC
<b>Info de las activ.</b>	R	B	R	B	R	R



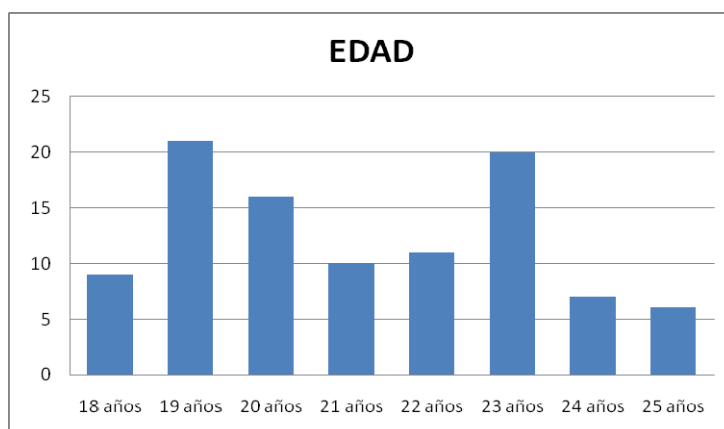
## RESULTADOS

A continuación se presentarán los gráficos que ilustran los resultados obtenidos luego de analizar los datos recogidos en las encuestas:

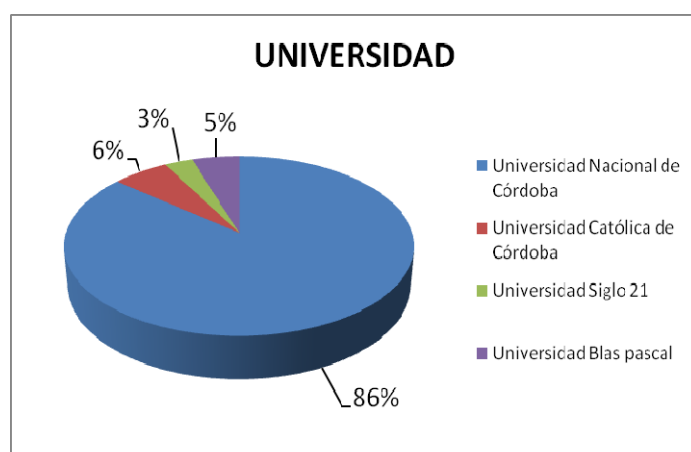
En primer lugar podemos decir que del total de encuestados, el 55 % fueron mujeres y el restante 45 % hombres:



La distribución de encuestados según la edad se ve reflejada en el siguiente gráfico, obteniendo un promedio de 21,11 años:



Otro de los requisitos era que el encuestado sea estudiante de una de las siguientes universidades de Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Católica de Córdoba, Universidad Siglo 21 o Universidad Blas Pascal. Sin embargo, la cantidad de alumnos por Universidad no fue dejada al azar si no que se buscaron la cantidad de elementos muestrales por universidad proporcional a la cantidad total aproximada de alumnos que asisten a cada uno de los centros educativos. El siguiente gráfico muestra la distribución de encuestados por Universidad:



Como se puede observar en el gráfico, la gran mayoría de los encuestados (86%) son estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba, dejando al resto de las Universidades, apenas el 14 %. Las Universidades privadas tienen similar cantidad de encuestados entre ellas.

Con respecto a las carreras a las que pertenecen los estudiantes encuestados, se ha pretendido lograr un amplio espectro para lograr variedad en la muestra y para captar diversas posiciones. En el cuadro que se presenta a continuación se muestra la totalidad de carreras a las que pertenecen los encuestados:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Contador Público	5	5%
Diseño Gráfico	1	1%
Ingeniería	11	11%
Trabajo Social	2	2%
Diseño Industrial	3	3%
Comunicación Social	9	9%
Agronomía	5	5%
Psicología	6	6%
Relaciones Públicas	1	1%
Odontología	4	4%
Abogacía	9	9%
Administración	9	9%
Bioquímica	2	2%
Publicidad	2	2%
Kinesiología	5	5%
Letras	2	2%

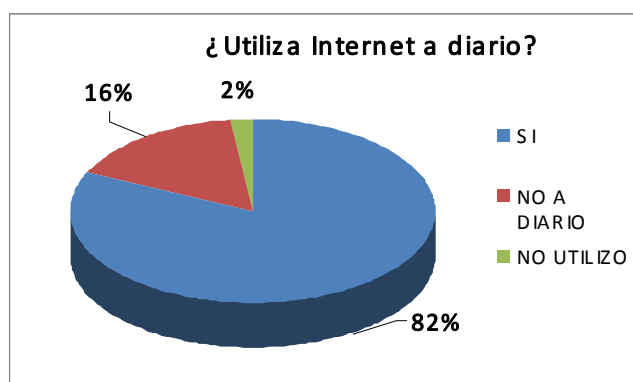


Ciencias Políticas	1	1%
Arquitectura	11	11%
Plástica	1	1%
Medicina	10	10%
Nutrición	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

También se buscó captar opiniones de estudiantes de todos los años de carreras universitarias. El siguiente gráfico muestra la distribución de los encuestados según el año de carrera cursado:



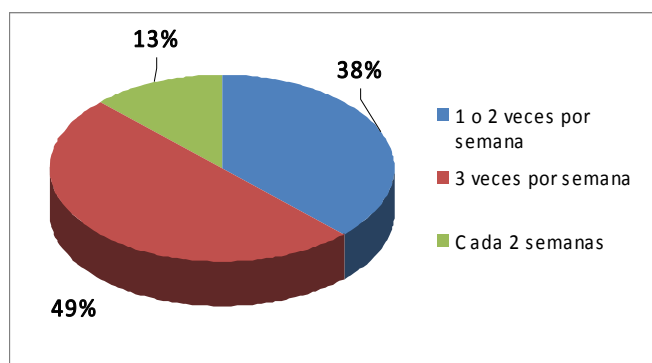
#### 1 - ¿Utiliza Internet a diario?



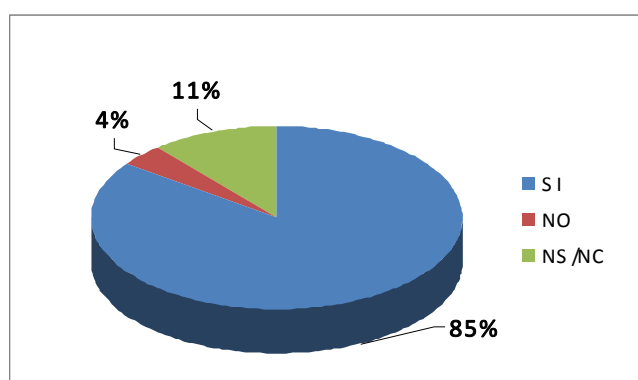
Del grupo que dijo que no utiliza Internet a diario pero que lo hace a menudo, dijeron que la frecuencia es la siguiente:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje del total
1 o 2 veces por semana	6	38%	6%
3 veces por semana	8	49%	8%
Cada 2 semanas	2	13%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>16%</b>

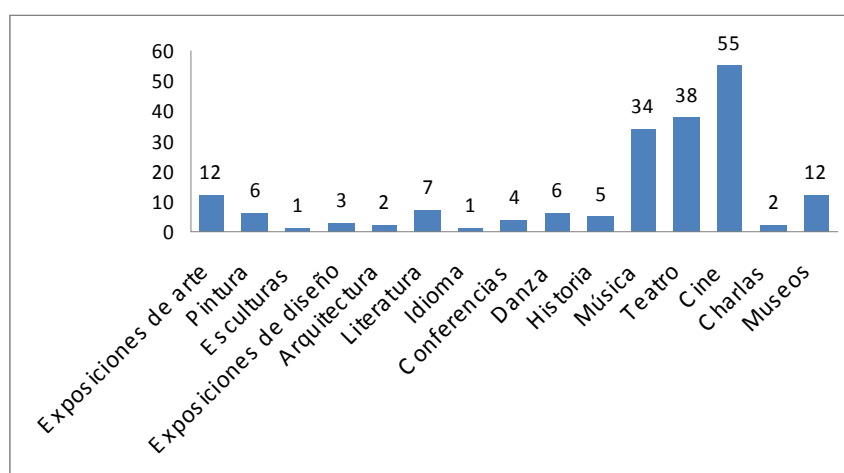




## 2 - ¿Le interesan las actividades culturales?



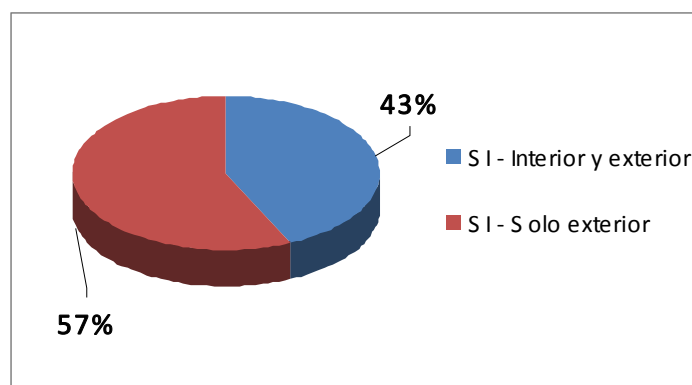
A las personas que respondieron que les interesan, se les preguntó cuáles eran de su interés y los resultados fueron los siguientes (cada persona podía elegir más de una actividad):





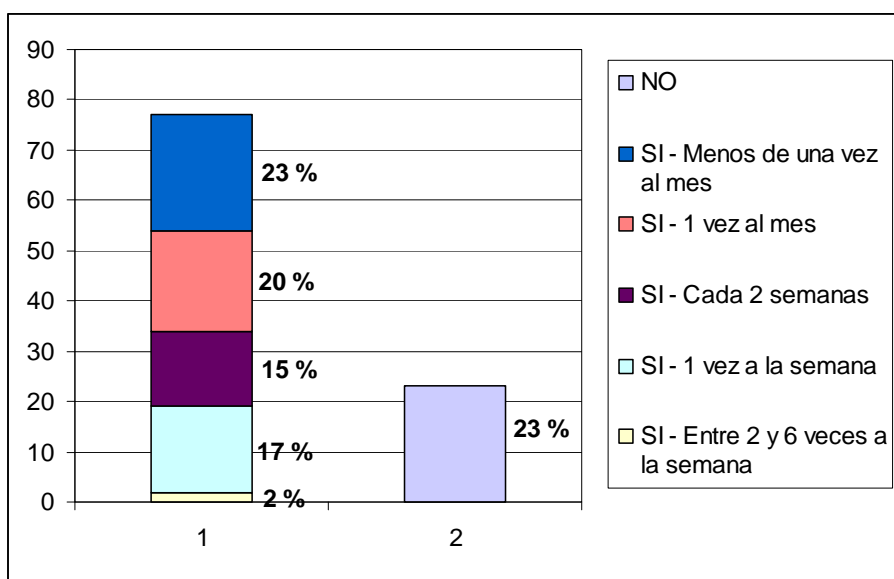
### 3 - ¿Conoce el Paseo del Buen Pastor?

La totalidad de la muestra respondió de manera positiva. Sin embargo, se les hacía optar por tres categorías de respuestas: si conocían el exterior y el interior, si conocían solo exterior o si conocían solo el interior. Estos fueron los resultados:



### 4 - ¿Suele ir al Paseo del Buen Pastor?

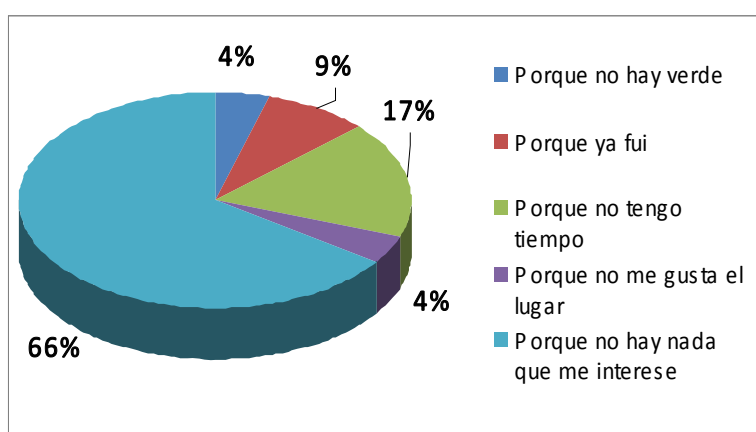
La columna número uno corresponde a los que contestaron que suelen ir al lugar (77%). A su vez, dicha columna se encuentra dividida según la frecuencia con la que asisten. La columna número dos, muestra el porcentaje de las personas que manifestaron no concurrir al lugar (23%).



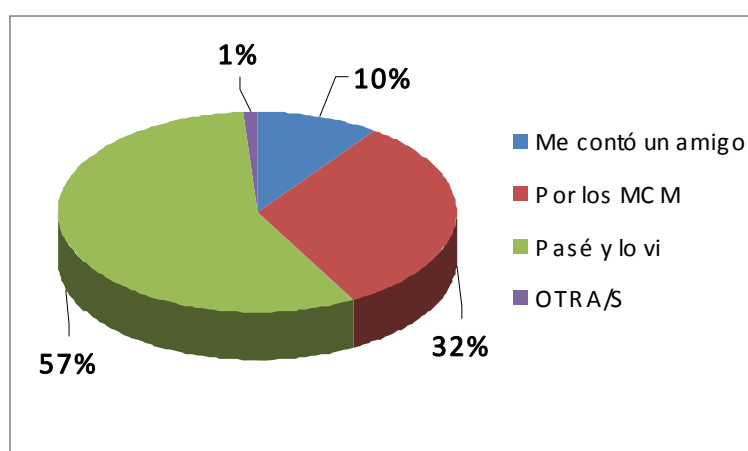


A las personas que manifestaban que no iban al lugar, se les consultaba sobre los motivos por los cuáles actuaban de esta manera. A continuación, se presenta el cuadro en el que se ven plasmados estos datos y luego el gráfico ilustrativo:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje del total
Porque no hay verde	1	4,35%	1%
Porque ya fui	2	8,69%	2%
Porque no tengo tiempo	4	17,39%	4%
Porque no me gusta el lugar	1	4,35%	1%
Porque no hay nada que me interese	15	65,22%	15%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100,00%</b>	<b>23%</b>

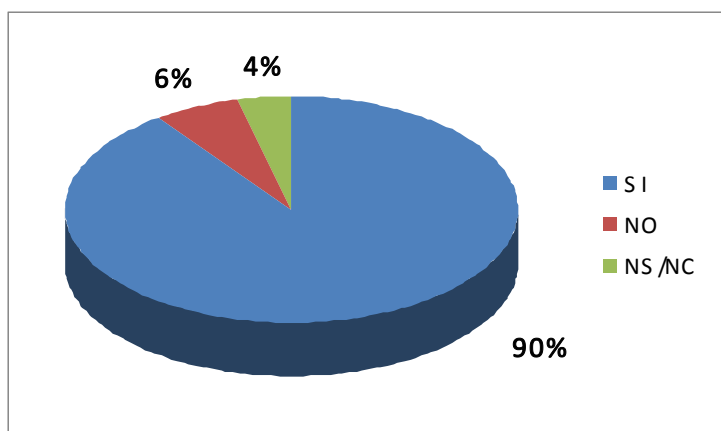


##### 5 - ¿Cómo se enteró de la existencia del Paseo del Buen Pastor?

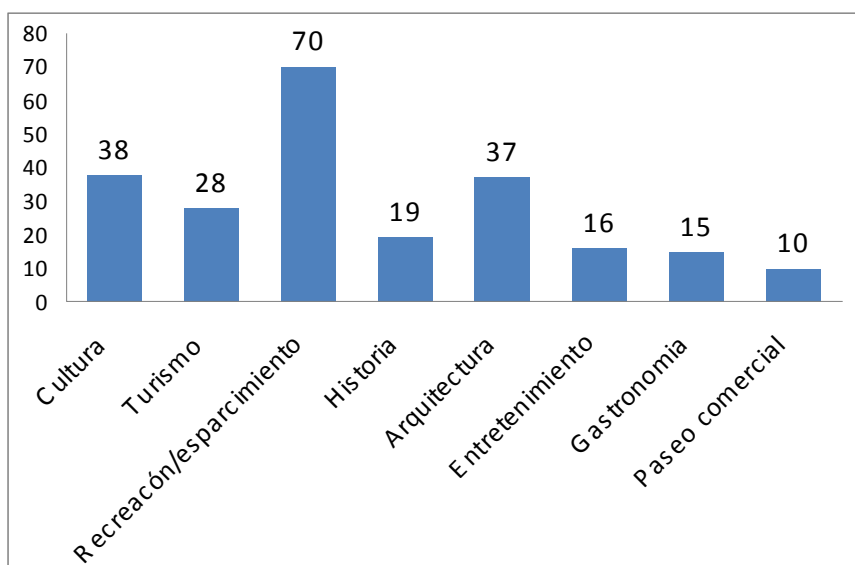




6 - *¿Considera que es un lugar para jóvenes?*

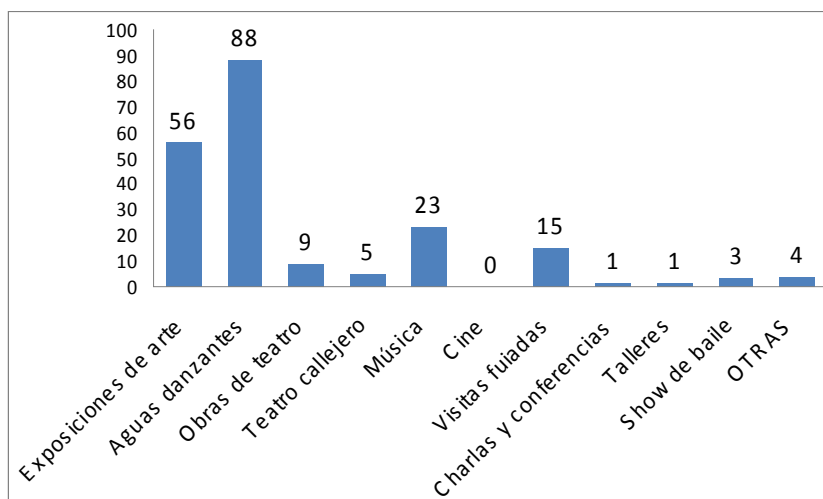


7- *¿Cuál/es de las siguientes palabras considera que caracteriza/n mejor al Paseo del Buen Pastor?*



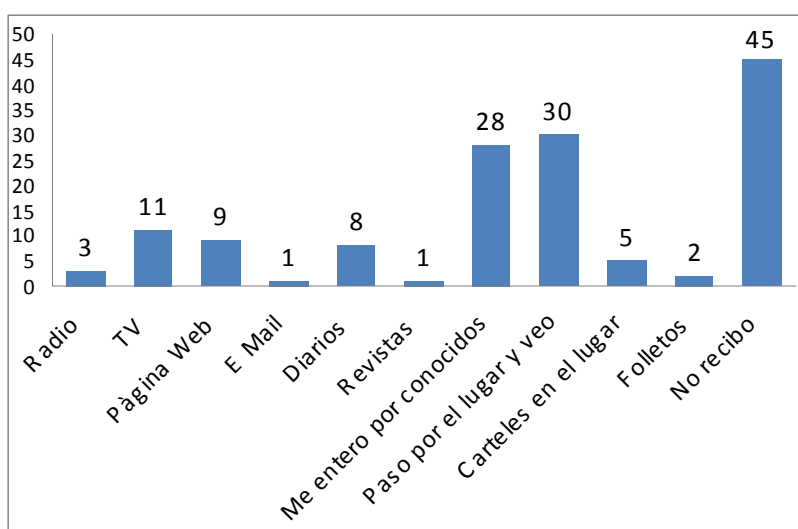


**8 - ¿Con cuál/es de las siguientes actividades relaciona al Paseo del Buen Pastor?**



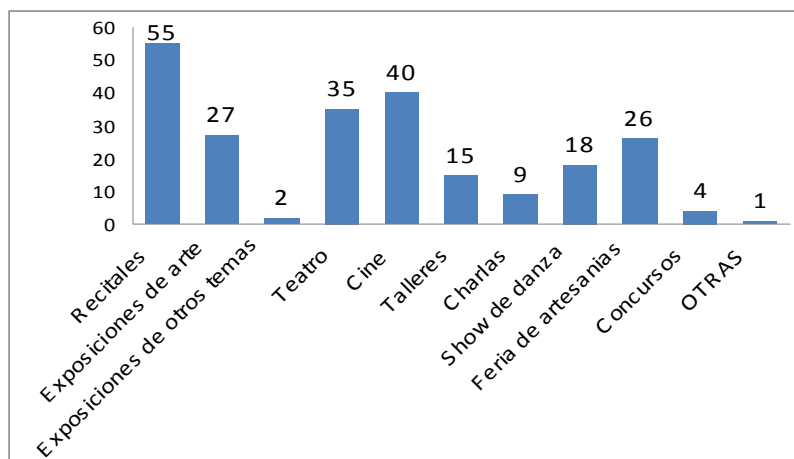
Hay que mencionar que el 4 % de los encuestados manifestó asociar al Paseo con otras actividades, la mitad de ellos (2 %) dijo que asociaba al lugar con los restaurantes y la otra mitad, dijo que lo asociaba con el “mate entre amigos”.

**9 - ¿Por cuál/es de los siguientes medios recibe información sobre las actividades que se realizan en el Paseo del Buen Pastor?**

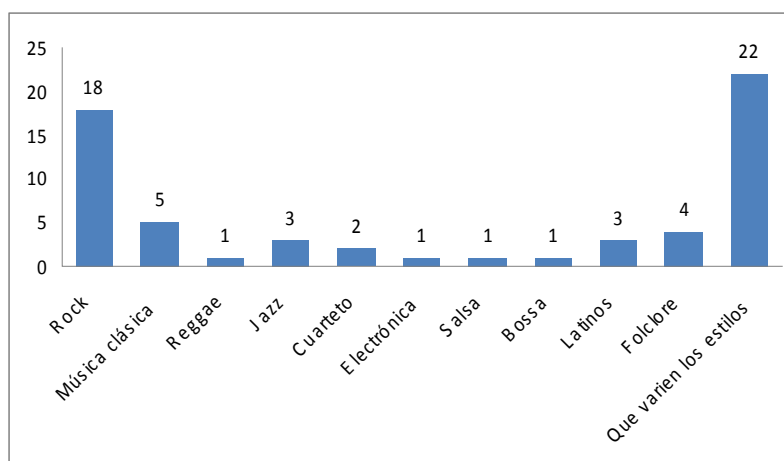




**10 - ¿Cuál/es de las siguientes actividades le gustaría que se realicen en el Paseo del Buen Pastor?**

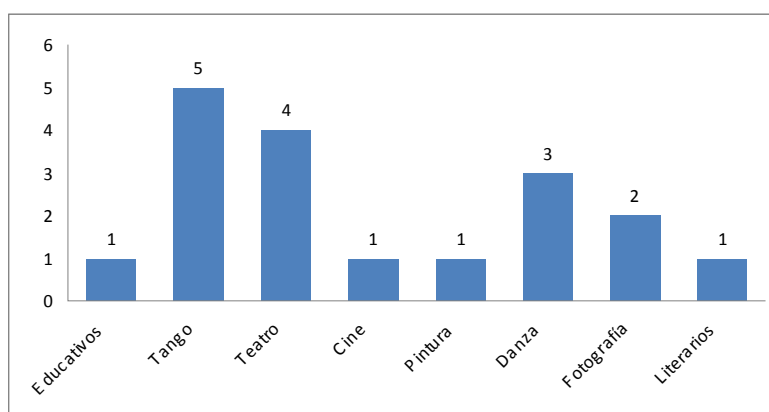


A los encuestados que respondieron que les gustaría que se realicen recitales, se les consultó sobre qué tipo de música les gustaba:

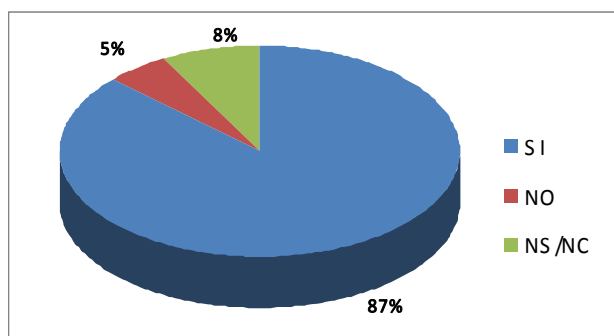


Es importante aclarar que los valores que muestra el gráfico son del total de personas que respondieron que les gustaría que se realicen recitales (55 % de los encuestados). También es importante aclarar que muchos encuestados mencionaron más de un estilo de música.

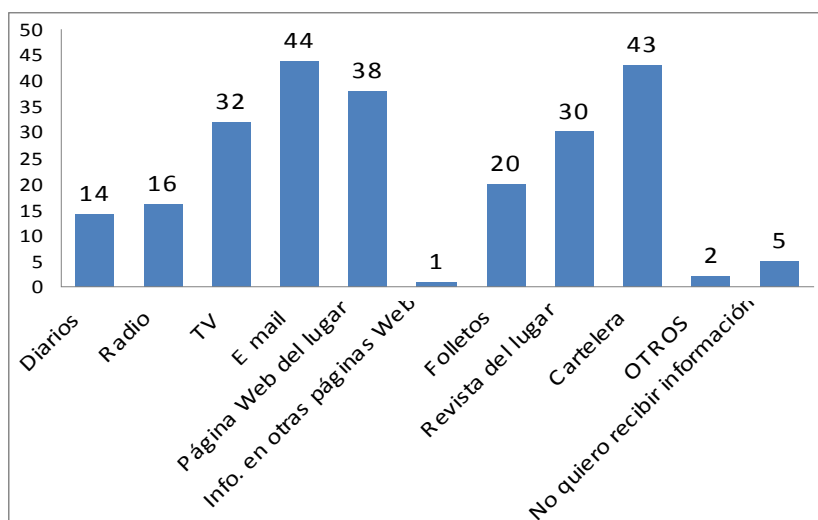
A los que manifestaron que les gustaría que se realicen talleres en el Paseo del Buen Pastor (15 % de los encuestados), se les consultó sobre la temática les gustaría:



11 - En caso de que el Paseo del Buen Pastor le ofrezca actividades de su interés, ¿Participaría?

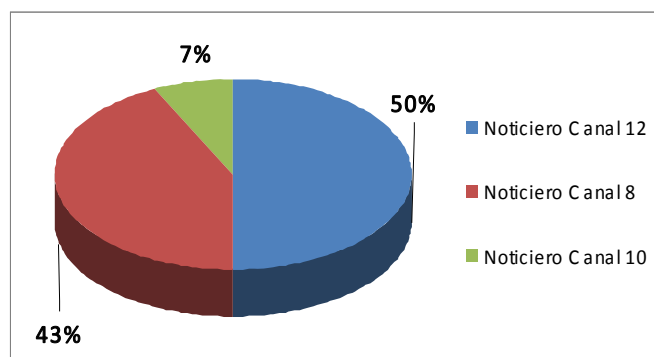


12 - ¿Por cuál/es de los siguientes medios le gustaría enterarse de las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor?



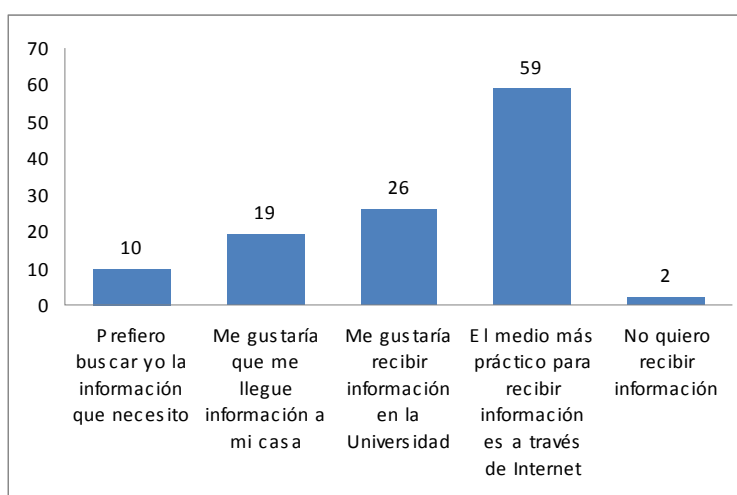


Entre los que mencionaron la televisión, indicaron los canales que prefieren para recibir información:



**13 - ¿Con cuál/es de las siguientes frases está mas de acuerdo con respecto a la recepción de información sobre las actividades realizadas en el Paseo del Buen Pastor?**

Se les daba la posibilidad de elegir más de una opción. La cantidad de respuestas obtenidas fue de 118 y el gráfico que ilustra la distribución de las respuestas se presenta a continuación:

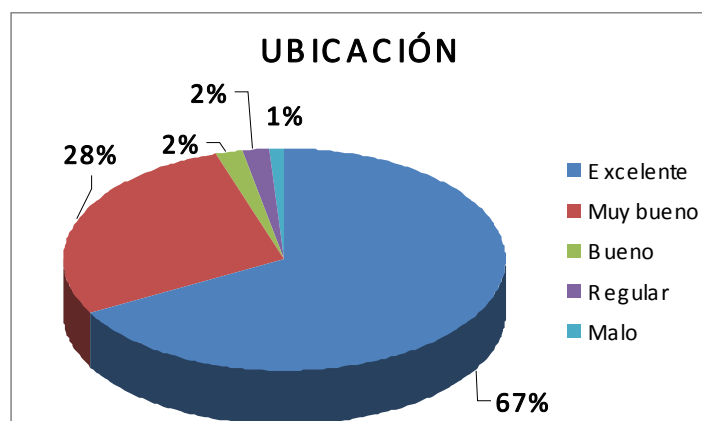




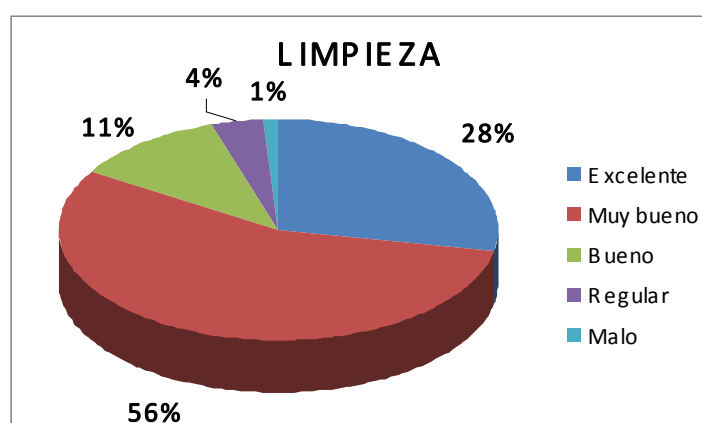


## 14 - ¿Cómo calificaría a los siguientes aspectos del Paseo del Buen Pastor?

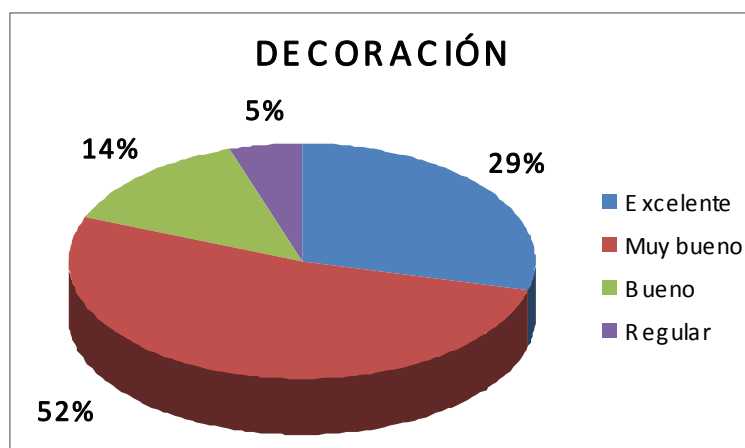
### UBICACIÓN



### LIMPIEZA

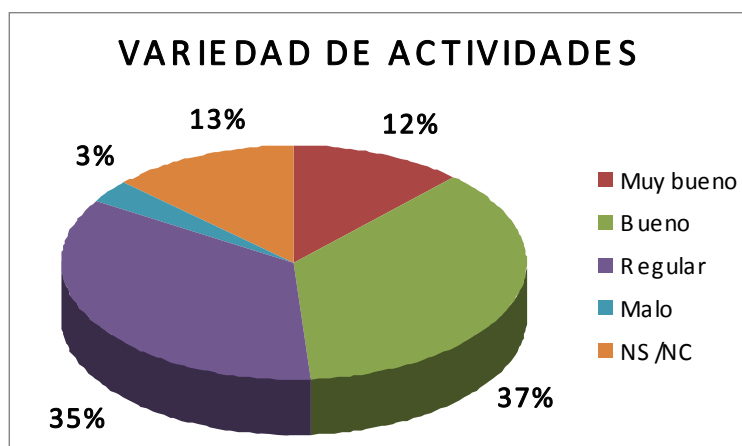


### DECORACIÓN

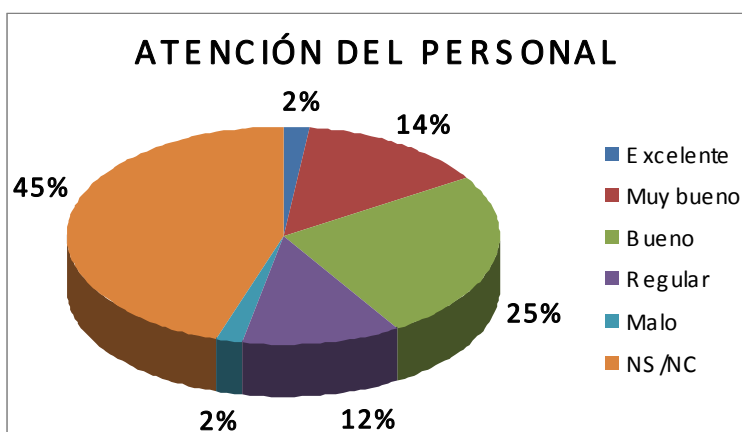




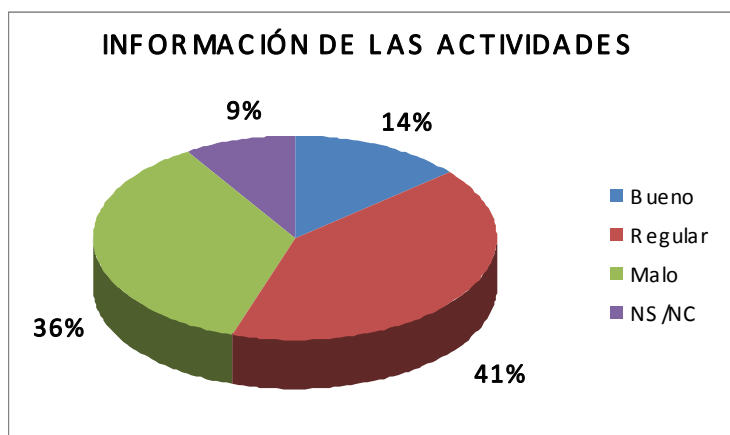
### VARIEDAD DE ACTIVIDADES



### ATENCIÓN DEL PERSONAL



### INFORMACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES





## ANÁLISIS PARCIAL DE LA OBSERVACIÓN

Se realizó una observación no participante en las instalaciones del Paseo del Buen Pastor con el objetivo de relevar canales de comunicación que se están utilizando actualmente. Además se realizó un relevamiento fotográfico con el objetivo de plasmar los canales descriptos y lograr una mejor comprensión del lector.

A continuación se presenta la Guía de Pautas elaborada para guiar nuestra observación:

### GUÍA DE PAUTAS

DÍA: 23 de mayo de 2008.

HORARIO: entre las 18:00 y 19:30 Hs.

OBSERVADOR: Valeria Durand



	SI	NO	CANT.	MATERIAL	UBICACIÓN	ORGANIZACIÓN Y CLARIDAD DE LA INFORMACIÓN	RELACIÓN CANAL - INFORMACIÓN	OBSERVACIONES
<i>Cantidad de plantas</i>			2	X	X	X	X	Planta baja y Primer Piso
<i>Cantidad de accesos</i>			5	X	1 acceso principal sobre calle Independencia, 2 sobre calle Irigoyen y 2 desde el espacio exterior.	X	X	No se cuentan los accesos al sector de restaurantes.
<i>Señalización</i>	X		5	Pie de metal y plano de acrílico	2 sobre calle Irigoyen, 1 sobre Buenos Aires y 2 sobre San Lorenzo	La organización es buena: las referencias se encuentran todas juntas en uno de los extremos de la imagen. La información del plano es muy clara, ya que muestra colores y números que son explicados	Es adecuado que la información sobre los espacios del lugar se encuentre en atriles de cómoda lectura. Son aptos para personas en sillas de ruedas.	



						en las referencias.		
<i>Cartelera</i>		X						
<i>Carteles</i>	X		2	Lona impresa y soporte de metal Lona Impresa y soporte de metal	Acceso a la Capilla Acceso a la Capilla	Adecuada Información poco clara Mal organizada	Adecuada Adecuada	Información de una actividad Información de las actividades del mes
<i>Centro de informes</i>	X		1	Metal y madera	Acceso principal	Las personas de atención no brindan información	Adecuada	Es un centro de información turística. El personal no es amable Solo entregan folletos.
<i>Folletos</i>	X		3	Papel ilustración 150 gr.	Se entregan en el Centro de Información Turística	Los folletos de muestras en particular, tienen una buena organización de la información.	En el caso de los folletos de muestras en particular, es adecuada la relación que se establece entre el	2 folletos de distintas muestras particulares  1 folleto con las actividades que se van a realizar en el



						En el folleto de actividades mensuales, la organización es mala ya que no divide las actividades según un mismo criterio, generando confusión.	soporte y la información que contiene.  En el caso del folleto mensual sería conveniente el uso de un soporte que permita dar más información.	mes de mayo
<i>Revista del lugar</i>		X						No se observó



### Relevamiento fotográfico



*Acceso principal*



*Accesos por calle Irigoyen*



*Accesos desde el espacio exterior*



*Atril de señalización*



*Centro de Información Turística*





*Folleto Frente*



*Folleto Dorso*



CAPILLA // COROS		TEATRO	
<b>09 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro del Consejo de Ciencias Económicas de Córdoba // Dr. Liliana Romero	<b>12 de Mayo, 20:30 hs. // Lunes de La Voz</b> "Swing 69" - Jazz - 25 Aniversario	<b>Todos los domingos a las 20 hs.</b> "Reflejo en Agua Turbia"	
<b>16 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro del Seminario de Canto del Teatro del Libertador // Dr. Matías Saccone	<b>13 de Mayo, 20:00 hs.</b> Presentación del libro del Dr. César A. Samierio "¿Qué podemos hacer para tener hijos?"		<b>PRESENTACIONES</b>
<b>23 de Mayo, 20:00 hs.</b> Coro de la Universidad Católica de Córdoba // Dr. Matías Saccone	<b>20 de Mayo, 19:30 hs.</b> Presentación del libro de la Lic. Liliana Gorezales "Amor, sexualidad y Educación"		
<b>30 de Mayo, 20:00 hs.</b> Corfonia de la Mercaderes // Dr. Santiago Ruiz	<b>29 de Mayo, 19:30</b> Presentación del libro del escritor Claudio Mercuri "7 Cuentos de Nada"		
CONCIERTOS		ESPACIOS VERDES	
<b>17 de Mayo, 20:00 hs.</b> Ingo Tito - Música Latinoamericana	<b>01 de Mayo, 19:00 hs. // PROBANDU //</b> Rock Fusión		
<b>24 de Mayo, 20:00 hs.</b> AVL - Música étnica fusión	<b>03 de Mayo, 18:00 hs. // ENSAMBLE YIDAKI //</b> Música Étnica		
CICLOS		<b>10 de Mayo, 18:00 hs. // VINALES //</b> Folklore electrónico	
<b>Todos los miércoles de mayo a las 20 horas.</b> <b>Miércoles Negros - Jazz &amp; Blues. Small Jazz Band</b> 7 Small Jazz Band/ 14 Deverdura / 21 Carlos Carranza Blues Band / 28 Small Jazz Band /// Entrada: \$10		<b>31 de Mayo, 18:00 hs. // ENRICO BARBI //</b> Rock - fusión	

Interior Folleto

**Muestra Fotográfica Digital**
**19/mayo al 8/junio de 2008**

El deseo de generar el cuestionamiento en cada imagen, la posibilidad de tomar parte y posición...

La muestra busca llegar a las fibras íntimas, con imágenes cotidianas, de objetos comunes o creadas en la más profunda imaginación. Que a cada paso una foto lleve al espectador a encolumnarse en las filas de encendido o de apagado.

**Inauguración: 19 de Mayo / 19.30 hs. / Capilla del Buen Pastor**  
 Horarios de Visita: Martes a Viernes de 9 a 19 hs / Sábados y Domingos de 10 a 18 hs

Av. Hipólito Yrigoyen 525  
 Tel.: 0351- 4111267 / 4111312

**Paseo del Buen Pastor**  
 un espacio abierto al patrimonio de la Provincia de Córdoba, un espacio para todos

Folleto de una muestra particular



## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

**Entrevistado:** Marcos Díaz - Director del Paseo del Buen Pastor

**Entrevistador:** Valeria Durand

**Fecha de entrevista:** 30 de mayo de 2008

**Lugar:** Paseo del Buen Pastor

*Me gustaría que me comentés acerca de la política de comunicación de actividades que actualmente tiene el Paseo del Buen Pastor*

Básicamente la comunicación viene a través de La Voz del Interior con el FdeS (guía de Fin de Semana), donde aparecen todas las actividades semanales del Paseo. Luego, las actividades son... es tan dinámico el Paseo que no todos los medios de prensa te lo toman permanentemente porque acá... Yo he estado en otros lugares donde vos generas un evento y se evento tiene nombre o tiene identidad o tiene repercusión porque es un evento, es difícil cuando tenés siete eventos a la semana. Siete, ocho o diez eventos. Entonces le prestan atención en el común, no en el nombre en particular. Suponete, tengo que traer alguien muy groso para que se le preste mucha atención o tengo que traer una muestra muy grossa para que se le preste atención. Y acá como es un espacio abierto, acá vienen pibes que no han tocado nunca, y acá vienen músicos que empiezan y también hay reconocidos, cuando hay reconocidos aparecen. Pero en el FdeS aparecen todas las actividades permanentemente, siempre aparecen, nunca hemos tenido problema y si vos te fijás las actividades del Buen Pastor aparecen mucho más que cualquier otro lugar en el FdeS.

*Observamos también varias publicaciones en el Diario La Mañana de Córdoba...*

Claro, en La Mañana de Córdoba también. Nosotros cerramos un convenio con La Voz del Interior, que es un convenio tácito, donde ellos hacen "los lunes de La Voz", donde también hacen eventos como Menotti, también hacen eventos como "las 7 Maravillas", entonces nosotros cedemos el lugar y bueno, eso nos sirve muchísimo porque cuando nosotros necesitamos algo puntual, también contamos con La Voz del Interior. Y no solo con La Voz, sino que cerramos también con Cadena 3 los "Foros de la Cultura" de Cadena 3 se presentan acá en el Paseo del Buen Pastor. Y bueno, son los dos grandes medios de comunicación que tiene Córdoba, digamos a nivel masivo. Y a nivel ya mas puntual, hemos salido en algunos medios pero no tenemos la independencia quizá de la comunicación, porque pertenecemos a un organismo mayor que es la Secretaría de Cultura, que es una Secretaría de Estado y esta Secretaría tiene el Buen Pastor, pero también tiene el Libertador, el Real el Caraffa, el Museo de Ciencias Naturales, el Ferreira, La



Ciudad de las Artes, incluso se diluye muchísimo más la información, se diluye a nivel comunicación pautada por ejemplo.

*Pero ¿desde acá se pueden generar determinadas estrategias de comunicación o todo sale desde la Secretaría?*

Desde acá generamos algunas estrategias, nos están faltando por ejemplo bandó o unos carteles de comunicación más grandes, donde la gente pueda estar permanentemente analizando lo que pasa. Acá pasan casi 20.000 personas a la semana. Entonces, todos se podrían estar enterando de las actividades que hay. Hay dos temas que estamos a resolver: uno es el tema de arquitectura porque queremos poner un bandó enorme sobre la sala de exposiciones, de aquel lado (señala) sobre Irigoyen que sería un canal de comunicación excelente pero la estructura que está armada es sobre un caño y una fibrofácil que no te permite sostener, digamos un cartel de tanto peso. De tanto peso y a lo cuatro vientos, porque le pegan vientos por todos lados, entonces es un tema que estamos tratando de analizar y vamos a tratar de resolver y el otro es queremos poner, o estamos analizando de poner sobre la fachada de la capilla dos bandó donde se pueda informar permanentemente y eso también tiene un costo y ese costo también hay que resolverlo porque hay que hacer actividades o generar una comunicación sustentable en el tiempo, que sea permanente, que por semana podamos estar cambiando o por mes podamos estar cambiando el mismo formato.

*Y que tiene procesos de aprobación desde la Secretaría de esos montos...*

Claro, tiene un tema presupuestario. Y hoy estamos defendiendo presupuestariamente el interior, quizás la capilla, quizás la sala de usos múltiples o el nivel de eventos que podamos exponer, pero no puntualmente la comunicación, la verdad es que la estamos descuidando un poco. Tenemos formas de defenderlo a esto, decimos que esto es un Paseo, al ser un paseo, lo analizamos como algo espontáneo, donde surgen actividades espontáneamente y donde vos que estás recorriendo el Paseo podés descubrirlas en algún momento. Muestras que podés descubrir, pero bueno más allá de eso no es más que una justificación, también estaría bueno poder comunicarlas. Nosotros tenemos una comunicación también interna para todos aquellos que visitan porque hemos inaugurado hace poco una sala de turismo, de información turística y en esa sala de información turística nosotros tenemos todo lo que es el formato de comunicación de eventos mensuales, en la Capilla, al aire libre, en la sala de exposiciones y que a todo el que pasa y pide le damos toda la información, con la exposición, con la muestra hay. En este caso tenemos dos muestras, una de fotos en la Capilla que se llama ON/OFF, y otra sobre hilos en la sala de exposiciones; y bueno te informan de los distintos artistas, la presentación, cuál es el concepto; y después de las actividades mensuales, no tenemos comunicación sobre actividades particulares.



*En cuanto a pauta publicitaria paga en los medios de comunicación, ¿que nos puede contar?*

Nosotros no pagamos nada. Lo hacemos a veces cuando nosotros cerramos este convenio con el Foro de la Cultura de Cadena 3, cerramos a lo mejor cositas en donde podemos meter Secretaría de Cultura y no metemos Paseo del Buen Pastor como algo..., metemos Secretaría de Cultura. Y lo mismo pasa en la Sala de Exposiciones o lo mismo pasa en La Voz del Interior, hacemos Secretaría de Cultura y no nos ponemos nosotros encima como Paseo del Buen Pastor.

*Más allá de Cadena 3 y La Voz del Interior que tienen ese tipo de arreglo, con el resto de los medios: ¿como se manejan?*

Mandamos gacetillas de prensa, aparecemos, estamos, pero es como te decía al principio, digamos ¿cuándo la comunicación es importante?... Yo tengo un amigo periodista que me dice: "mirá... avión que aterriza no es noticia", entonces cómo hacer que sean buenas noticias, cómo hacer que las exposiciones, dentro del presupuesto que nosotros tenemos que es, creo que es uno de los mas chiquitos que tenemos en todas las áreas de cultura, tome resonancia, de alguna manera. Esa es nuestra capacidad, nuestro ingenio que tiene que estar en marcha.

*Carteles de vía pública por lo que me venís contando no se hacen tampoco.*

No, no se hacen, tenemos que hacer convenios. Ahora vamos a hacer un convenio con Chile, que se presenta el consulado de Chile, se presenta a través de la cuarta región, va a hacer una presentación en el Paseo del Buen Pastor, y ellos si van a hacer una presentación de cartelería vía pública y una serie de muestras de comunicación que van a tender a contar lo que está pasando una semana de Chile en Córdoba, pero los carteles los pagan ellos y los lugares en la vía publica también. Bueno, y eso también es del sector privado, nosotros aportamos el lugar o por ejemplo la Feria del Libro Infantil que se hace acá en el Paseo del Buen Pastor que nosotros sumamos a algunas actividades pero que no salió de acá sino que ponemos el lugar solamente, pero que también significa que vamos a estar comunicándonos a través de ellos.

*Ahora me gustaría que me cuentes un poco sobre Página Web. Sabemos que no se puede tener una Página propia del Paseo por pertenecer a un ente mayor como es la Secretaría de Cultura...*

Tal cual, eso nos pasa. La verdad es que sería excelente tener, lo que pasa es que cuando entrás a la función pública y entrás a un organismo del Estado y el organismo del Estado te limita en algunas cuestiones, estemos de acuerdo o no. Yo en lo particular no estoy de acuerdo en herramientas de comunicación. Lo que pasa es que cada uno de los directores de cada uno de





estos lugares de la Secretaría de Cultura estaría peleando por mostrarse, por mostrarse, por mostrarse y bueno cómo hacer para que nos mostremos todos juntos como una política de Estado y no como una política individual e independiente. Ojalá que pudiéramos estar mostrándonos, que pudiéramos tener nuestra página Web, que nosotros pudiéramos tener hasta el mismo diseño, con una imagen e identidad del diseño del los trípticos que tenemos, de la comunicación. Y a veces también nos cuesta.

*Pero eso es un tema cerrado que no se discute o está abierto a propuesta por parte de ustedes y que se puede llegar a conseguir autorización.*

Todo está abierto a propuestas y se discute, no hay nada cerrado...

*No hablemos de Página Web pero pensemos por ejemplo en otras herramientas que actualmente brinda Internet como por ejemplo los blogs, que no tienen la rigidez de una página Web y que sirve para interactuar con el público...*

Si podrían opinar del Buen Pastor, podría ser. Yo creo que, desde mi punto de vista, yo creo que cuando entra un nuevo Gobierno, digamos no sabe, quiere tener el manejo de todo, sobre todo de comunicación, de dinero, de contrataciones. Entonces, es como que le cuesta mucho delegar actividades o comunicación, entonces se cierra en el NO, yo creo que es un proceso, y este proceso tiene un cambio, y este cambio se va dando en el camino, después todo tiende a flexibilizarse.

*Por ahí sería bueno flexibilizar ciertas cosas para ir acompañando los cambios que se van dando en el contexto, principalmente en el campo de las comunicaciones que avanza tan vertiginosamente...*

Estamos totalmente de acuerdo, yo tengo experiencias para contare de la búsqueda de una identidad propia como Paseo y el rebote de esa identidad propia porque tenemos, porque ellos tienen un concepto de política de Estado y vos decís "Dios", yo no creo que los pibes de acá del Paseo del Buen Pastor o los chicos que trabajan en el Paseo tengan que tener corbata y saco para uniformarse, creo que acá se podría dar un estilo mas joven, un estilo de jeans, pero con un uniforme, pero de otro estilo y de ese canal de comunicación desde donde nosotros estamos informando también es una bajada. Entonces esa bajada, a veces no te permite a vos seguir construyendo y bueno, cuando te pasa eso son distintos topes que vas golpeando y que terminas defendiendo lo mejor del día a día y no terminás defendiendo una comunicación al largo plazo o una identidad. Para mi la identidad es el valor de la comunicación, si no comunicás una identidad, no tenés diferenciación con el resto y este lugar se diferencia solo, por el espacio, por el uso, por el... todo, pero de todas formas necesitamos planear algo de comunicación a mediano o largo plazo. Pero bueno, contárselos e intentar ubicar a todo el resto de la Secretaría de Cultura y decirles: "muchachos"... vos te pones a ver



quienes están en cada área y en Libertador hay un, la directora Marcela Rearte es música, y es conocidísima música, excelente música; en el Ferreira hay un pintor de director; en el Caraffa hay un curador, en el de Ciencias Naturales hay una patrimonista y acá en el Paseo del Buen Pastor hay un Licenciado en Turismo, ¿me entendés? Entonces hay una diferencia muy grande lo que pasa entre cada uno de estos lugares, yo les digo: ustedes cierran las rejas y a las ocho de la noche no entra más nadie y yo no puedo cerrar las rejas, no tengo rejas. Yo discuto con el tipo que viene de la plaza San Martín y quiere empezar a tocar acá y empieza a cantar acá y yo voy personalmente y lo hablo y le digo: “ayúdame a esto porque si vienen todos, todos los días, esto se va a transformar en eso”. He peleado quizá con la Secretaría de Cultura que quiere traer artesanías acá al Paseo y yo le digo “artesanías no”, porque no es el concepto de artesanías. Bueno, todas estas pelás y estas disputas se tratan de tiempo digamos, de camino, de andar. Yo creo que aquellos que entran a un espacio de Gobierno, a un espacio de decisión están analizando tu error, en vez de analizar lo positivo que podés llegar a realizar.

*Una de las actividades que lo jóvenes más mencionaron en la encuesta realizada, que les gustaría que se realice en el Paseo es el cine. No se hace este tipo de actividad actualmente ¿verdad?*

No, se hacen muy esporádicamente. Estamos tratando de ver con Liliana que es la directora de cine, para traer ciclos de cine. Se han hecho presentaciones de las nuevas películas, de Posdata por ejemplo; pero no estamos haciendo cine puntualmente, creo que tendríamos que hacerlo. Creo que... nosotros estamos utilizando la sala porque tenemos un área de turismo educativo que es muy importante esta área de turismo educativo, que se están trayendo mas o menos tres mil pibes del interior de la provincia de Córdoba y les cuentan la historia del lugar, ahora estamos haciendo una relación fuerte con Derechos Humanos, con la parte de la Memoria, con la idea de hacer una visita de cómo era esto y de cómo funcionó en la época del Gobierno militar, pero también no limita el tiempo. Vos si después de las seis de la tarde de las siete de la tarde, armás un ciclo de cine, hoy en invierno, t morís de frío en la Capilla y yo he ido a cine en un espacio frío y te duelen los pies. Hay primero que contar con la estructura. La gente dice “che, como puede ser que la Capilla no tenga baño”. Bueno, andá a cualquier Capilla y no va a haber baño, es una Capilla y es una Capilla que ha sido denominada patrimonio histórico. Bueno, todas estas cosas van haciendo al lugar. Creo que tenemos que hacer cine, estoy convencido que tenemos que hacer cine, hay que ver la época. Estamos tratando de armar ciclos, por ejemplo: todos los pibes que vienen de la calle y que quieren cantar acá, tenemos que hacer un ciclo de gente de la calle, pero no pueden tocar así porque sí. Hay un orden, acá vienen los capoheira y quieren cantar, quieren tocar y quieren bailar, y me parece perfecto, pero tiene que tener un orden, porque este es un espacio público, pero si es público tiene que tener orden.



*Ahora se viene la época invernal, y como hablamos en un principio, es la época crítica del Paseo, porque esto en verano se llena solo, pero para el invierno hay que adoptar otra estrategia de comunicación.*

Si, la verdad es que para nosotros esto también es un aprendizaje, porque es el primer invierno que estamos viviendo, empezamos el 4 de agosto en invierno, pero no podemos tomarlo como parámetro porque era novedad, ahí atacamos con todo y hoy es el primer invierno que estamos trabajando y que estamos viendo, que a lo mejor nos equivocamos porque trabajamos en enero, febrero y marzo con una actividad, en diciembre con otra y vamos analizando. El día 24 de mayo se festejaban los 30 años de las 16 personas que se fugaron en la época del proceso militar. Si lo hubiésemos sabido, hubiésemos puesto una bandera negra, acompañando eso, no es contra de eso. Bueno y todo eso son un aprendizaje que nos va marcando el calendario para el año que viene. Hoy sabemos que con dos cañones calefaccionamos la Capilla pero no lo sabíamos. ¿Se pueden hacer presentaciones como la de Menotti los otros días hablando de la Cultura del fútbol? Y bueno, es todo un aprendizaje esto. Por supuesto que estamos abiertos a la crítica y estando en la función pública te pueden matar de todos lados, viste, pero creo que es importante que nosotros estamos escribiendo el primer año de historia del Paseo y sobre ese primer año de historia del paseo lo que hemos basado fundamentalmente es que es un espacio de todos, es un espacio que no está cerrado, un espacio en donde una amiga tuya ha participado o un amigo tuyo o donde vos tenés acceso al Director de un momento a otro o el otro tiene también una posibilidad. Digamos, es un espacio abierto, no para los grandes, para los que empezamos, para los que empezamos a caminar, para los que creemos en algunos cambios, bueno para ellos, para nosotros, para los jóvenes.