

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA EN EL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE FUNDACIÓN PAÍZ PARA EL ARTE Y LA CULTURA
JUNIO-AGOSTO 2018."**

TESIS DE GRADO

GABRIELA MERCEDES CARIAS BALAÑA
CARNET 12010-14

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, ENERO DE 2019
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA EN EL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE FUNDACIÓN PAÍZ PARA EL ARTE Y LA CULTURA
JUNIO-AGOSTO 2018."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR

GABRIELA MERCEDES CARIAS BALAÑA

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, ENERO DE 2019
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO

VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. LUZ ALEJANDRA SAMAYOA OCHOA

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

DR. MIGUEL FLORES CASTELLANOS

Guatemala, 29 de octubre de 2018

Señores
Miembros del Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

Estimados Miembros del Consejo:

Es un gusto saludarles y desearles éxitos en sus actividades diarias.

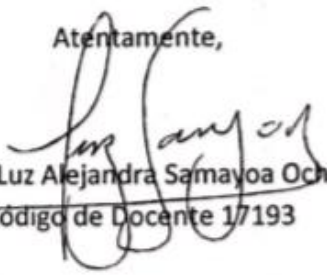
Hago de su conocimiento que he revisado el anteproyecto del trabajo de grado: "Reflexión de la experiencia de práctica profesional supervisada en el departamento de comunicación de Fundación Paiz para el Arte y la Cultura. Junio-Agosto 2018"

El trabajo corresponde a la alumna Gabriela Mercedes Carías Balañá, que se identifica con el número de carné 1201014, estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Luego de realizar la revisión correspondiente, considero que este anteproyecto está en condiciones para presentarlo a ustedes para su aprobación.

Sin más por el momento, agradezco la atención a la presente y aprovecho para saludarles.

Atentamente,


Licda. Luz Alejandra Samayoa Ochoa
Código de Docente 17193



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 052917-2018

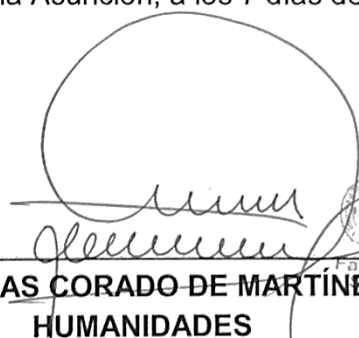
Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante GABRIELA MERCEDES CARIAS BALAÑA, Carnet 12010-14 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 052038-2018 de fecha 5 de diciembre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE FUNDACIÓN PAÍZ PARA EL ARTE Y LA CULTURA JUNIO-AGOSTO 2018."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 7 días del mes de enero del año 2019.


LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar



Agradecimientos

A mi familia, por acompañarme y apoyarme incondicionalmente. En especial a mi mamá, por su amor y guía en todo momento.

A Kevin, Pilar, Astrid, y amigos que han creído en mí y me han motivado a mejorar en cada aspecto de mi vida. Gracias por las risas y desvelos.

Al equipo de Fundación Paiz, por confiar en mí y en mis habilidades. Gracias por la amistad, por apoyarme y abrirme las puertas a tantas oportunidades. Especialmente a Lourdes, Uriel, Karen, Selvin e Itziar, los llevo con mucho cariño.

A la Universidad Rafael Landívar, por la preparación académica y profesional.

A todas las personas que me ayudaron a superar obstáculos y llegar a la meta, muchas gracias.

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	2
I. CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.1 Historia y datos básicos de la Fundación Paiz para la Educación y la Cultura	3
1.2 Estructura organizativa de la Fundación.....	5
1.2.1 Organigrama de Fundación Paiz	6
1.3 Características principales de la Fundación	6
1.4 Características del Departamento de Comunicación de Fundación Paiz.....	8
1.5 Situación de la Fundación en Guatemala.....	10
1.6 Contexto nacional e internacional del área de trabajo	11
II. PLAN DE PRÁCTICA	14
2.1 Acuerdo contractual de horario.....	14
2.2 Descripción del departamento al que fue asignado.....	14
2.3 Objetivos establecidos	14
2.4 Funciones pactadas a desarrollar	15
2.5 Presentación de la modificaciones y análisis de las razones.....	16
III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	17
3.1 Comunicación	17
3.2 Comunicación Institucional	19
3.3 Gestión Cultural	20
3.4 Relaciones Públicas	22
3.5 Comunicación Digital	23
3.6 Community Manager	24
3.7 Social Media	27
3.8 Redes Sociales	27
3.9 Página Web	30
3.10 Redacción de contenido	31
IV. INFORME DE PRÁCTICA	32
4.1 Reconocimiento de actividades.....	33
4.2 Recolección y monitoreo de medios	33
4.3 Redacción y edición de contenido	34

4.4 Comunicados de prensa	39
4.5 Comunicación digital y redes sociales	40
4.5.1 Página web	46
4.6 Material de apoyo	47
4.7 Trabajo de campo.....	48
V. REFLEXIÓN SOBRE LA EXPERIENCIA	50
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
6.1 Conclusiones.....	60
6.2 Recomendaciones	62
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
VIII. ANEXOS	68

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo es una sistematización de la experiencia de Prácticas Supervisadas de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar. Este proceso se llevó a cabo en un período de tiempo establecido por la universidad (junio a agosto del 2018). En esta experiencia laboral se demostraron las habilidades, aptitudes, valores y conocimientos adquiridos durante los años de estudio.

A continuación, se presenta el proceso teórico-práctico de las Prácticas Profesionales en el Departamento de Comunicación de Fundación Paiz para el Arte y la Cultura. Fundación Paiz es una institución cuyo objetivo es la incentivación de la educación y desarrollo personal para personas de escasos recursos, por medio del arte y la cultura. Por lo que el trabajo asignado fue precisamente para cumplir dichos objetivos.

Además, se tuvo la oportunidad de participar en la Bienal de Arte Paiz, uno de los eventos más importantes de la Fundación a nivel nacional e internacional. Lo cual ofreció una gran variedad de actividades y experiencias en un ámbito laboral y personal.

Áreas de redacción, plataformas digitales, comunicación institucional, estrategias de comunicación digital, relaciones públicas e incluso diseño fueron las principales atribuciones asignadas durante este periodo.

La reflexión y resultados de esta experiencia definen y evalúan el aprendizaje obtenido académicamente, y cómo se aplican estos conocimientos en áreas prácticas y teóricas. Además de ser una primera experiencia en un ámbito laboral, otorgando resultados positivos tanto para la alumna, como para la institución y la universidad.

Introducción

Con el objetivo de reconocer y evaluar el nivel de conocimiento de la estudiante de Ciencias de la Comunicación, se presenta el siguiente informe de Prácticas Supervisadas. Este proceso inició el 4 de junio del 2018 en Fundación Paiz para el Arte y la Cultura, entidad sin fines de lucro, cuyo objetivo es contribuir en el desarrollo y transformación de la sociedad de Guatemala por medio de proyectos que involucran el arte y la cultura.

Dentro de los principales proyectos realizados durante este proceso se encuentran eventos como la Bienal de Arte Paiz, festivales de marimba y cenas benéficas, cuyas recaudaciones fueron dirigidas a familias damnificadas por el Volcán de Fuego. Todas las actividades fomentan el arte y la cultura guatemalteca y algunos son en beneficio de personas de escasos recursos o para afectados por tragedias.

El proceso de dichas actividades requirió de los conocimientos de la alumna para aplicarlos y realizar tareas de manera satisfactoria. Además de ser un acercamiento a experiencias en áreas de comunicación institucional y apoyo al desarrollo profesional, práctico e incluso teórico.

Esta experiencia fue un aporte enriquecedor debido al aprendizaje adquirido y a los retos que se presentaron a lo largo del proceso, otorgando oportunidad para resolución de problemas, fomento del análisis crítico y fortalecimiento de valores como la responsabilidad, perseverancia y actitud positiva. Todo ello en función del desarrollo profesional, personal y social de la estudiante de Comunicación.

I. Contextualización

1.1 Historia y datos básicos de la Fundación Paiz para la Educación y la Cultura

Fundación Paiz para la Educación y la Cultura es una institución sin fines de lucro, cuyo objetivo es contribuir en el desarrollo y transformación de la sociedad de Guatemala. Fue inaugurada hace 40 años, iniciando actividades en los años setenta y constituyéndose legalmente en 1990; bajo criterios de responsabilidad social empresarial y como una entidad de origen familiar. (Fundación Paiz, 2015)

La Fundación, a través de su trabajo y distintos programas educativos, culturales y artísticos, apoya el desarrollo de miles de personas, además de incentivar la cultura y arte en el país. Se encarga de organizar diversas actividades que apoyan la formación de públicos guatemalteco y centroamericano, gracias al Programa Permanente de Cultura.

El Programa también organiza el Festival Internacional de Cultura Paiz (FICP), el cual se lleva a cabo en Antigua Guatemala (en el año 2015 se realizó de manera excepcional en la Ciudad de Guatemala). Este festival, que se realiza desde 1989, apoya la diversidad cultural nacional e internacional, de manera que las distintas áreas como la música, danza, teatro, canto, etc., generen un ambiente sano y se disfrute de una oferta cultural variada. En este evento participan tanto exponentes de la escena artística mundial, como local. (Fundación Paiz, s.f.)

La Bienal de Arte Paiz (BAP) es uno de los eventos más prestigiosos e impactantes de la Fundación, debido a que es un programa realizado cada dos años con el objetivo de unificar, exponer y generar intercambio entre participantes y el público. Además de fortalecer e incentivar

la comprensión del arte contemporáneo nacional e internacional, otorga la oportunidad para artistas contemporáneos de crecer y compartir con artistas internacionales. (Fundación Paiz, s.f.)

Asimismo, la Fundación apoyó la participación de Guatemala en la Bienal de Artes Visuales del Istmo Centroamericano (BAVIC), evento que ya no se realiza. Sus actividades incentivaron a los artistas más destacados a exhibir sus obras y generar diálogos entre países.

ArteCentro Graciela Andrade de Paiz, inaugurado en el año 2007, fue una escuela de arte para niñez y juventud que estuvo ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Su objetivo era apoyar las propuestas de arte contemporáneo y otorgar una gran variedad de cursos, talleres, entre otros, que acercaran a los participantes al arte, ya sea por medio de la danza, artes visuales, teatro, literatura y/o música. Otorgaba becas parciales o completas, siendo accesible con sus tarifas para el público en general. Sin embargo, la escuela cerró (por tiempo indefinido) debido a un proceso de reestructuración y análisis del nuevo enfoque que se le otorgará a la formación artística. (Fundación Paiz, s.f.)

La institución también organiza anualmente el Festival de Marimba desde hace 37 años en la Ciudad de Guatemala. Este evento apoya la difusión de la música nacional y la interpretación del instrumento. Durante el evento se realizan concursos, conciertos e interpretaciones de diferentes agrupaciones, lo que enriquece la cultura del país.

Fundación Paiz, además de incentivar el arte y la cultura, ofrece a la sociedad oportunidades de estudio a la niñez y juventud de escasos recursos. Esto a través del Departamento de Educación y Proyección Social, que otorga distintas becas a través de instituciones y que se implementan a través del Programa Acción Joven. (Fundación Paiz, s.f.)

1.2 Estructura organizativa de la Fundación

La Presidencia y Junta Directiva de la Fundación se encarga de administrar la institución de manera global. La Dirección Ejecutiva administra las acciones técnicas y administrativas en relación a Fundación Paiz, diseña e implementa programas y proyectos, incluyendo la gestión y manejo de recursos de la institución.

La división de la estructura organizacional de la entidad se basa en la coordinación de áreas como financiera, administrativa, cultural, educativa, artística y de comunicación. A lo largo del tiempo se han generado cambios internos (como la clausura de ArteCentro), por lo que la estructura no es definitiva.

Sin embargo, el organigrama de la institución continúa dividida en sus áreas, a pesar de sus constantes cambios internos. Cabe mencionar que no posee un jefe departamental de Comunicación. Por lo que cuenta con la encargada de Difusión y Comunicación del departamento como representante del mismo.

En relación a la siguiente estructura organizacional, todos los puestos son permanentes, a excepción de:

1. Gestión de Fondos - Servicios Profesionales
2. Bajo la restricción de la Junta Directiva, se contratan los servicios de *outsourcing* con la empresa UNIDEAS, S.A.:
 - a. Gerencia Financiera
 - b. Contabilidad
 - c. Mantenimiento y limpieza
 - d. Mensajería y conserjería

- Programa Acción Joven. Actualmente este proyecto se realiza bajo gestión de fondos con donantes externos, y los colaboradores que prestan sus servicios para este proyecto son temporales (según el lapso de tiempo del proyecto).

1.2.1 Organigrama de Fundación Paiz

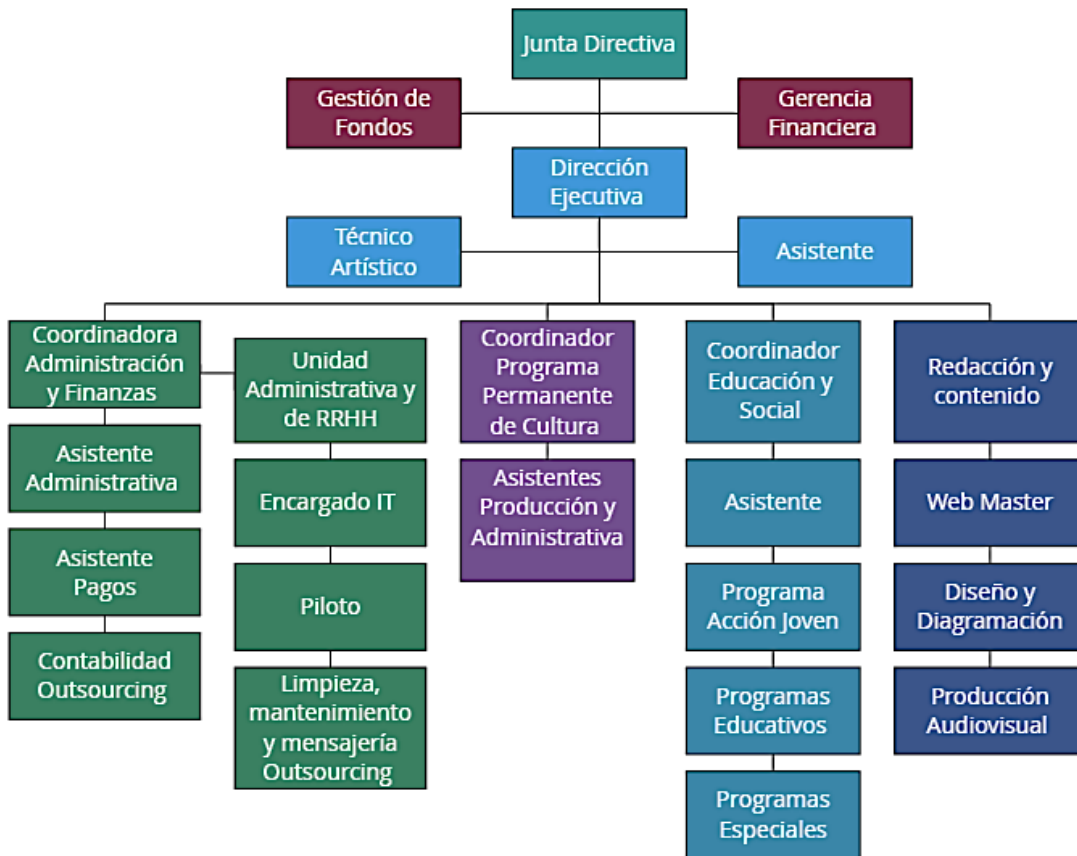


Figura 1: Organigrama de Fundación Paiz para el Arte y la Cultura.

Fuente: Organigrama realizado por Gabriela Carías para informe de Prácticas Supervisadas.

1.3 Características principales de la Fundación

Para Fundación Paiz, áreas como el arte, la cultura y la educación son base fundamental para el desarrollo, crecimiento y formación de las personas. Por ello, la entidad se enfoca en

reforzar y estimular estas áreas a partir de distintas actividades, talleres y programas. El generar actividades que logren que las personas reciban estímulos artísticos dentro de su educación y formación, incrementa su interés por el aprendizaje y presenta una evidente mejora en su desarrollo académico, incluyendo aumentos de auto estima y capacidades creativas. (Fundación Paiz, s.f.)

La Fundación busca “invertir en el futuro de la niñez y juventud vulnerable, a través de programas integrales y multiplidisciplinarios en arte y educación para mejorar su calidad de vida e impactar a la comunidad a nivel nacional” (Fundación Paiz, s.f.). Dentro de esta misión, se establece el Programa Permanente de Cultura, en donde se comprende una serie de actividades y espectáculos anteriormente mencionados, para distintos públicos.

Por otra parte, Fundación Paiz “está dedicada a reforzar y mejorar el sistema educativo actual con programas multidisciplinarios en arte y cultura, becas y educación para educadores” (Fundación Paiz, s.f.). Mediante la creatividad e innovación, la entidad busca llevar a cabo eventos como “Época de Cosecha”, una cena de gala de degustación de comida ancestral, cuyo donativo se dirige al proyecto Giravidas (becas destinadas a jóvenes con bajos recursos para sus estudios).

Asimismo, la educación artística y el fomento a la creación son base imprescindible para la sociedad guatemalteca, por lo que financia y asesora proyectos artísticos de calidad y se promueve la disciplina artística en áreas visuales, escénicas y musicales. Cabe mencionar que la Fundación posee una de las colecciones de arte más completas del país, lo que a su vez preserva la cultura guatemalteca. (Fundación Paiz, s.f.)

El apoyo artístico es sumamente importante, por lo que recibe anualmente una serie de solicitudes para apoyo económico y de producción de artistas que requieren ayuda para la creación de sus obras, incluyendo artistas musicales.

La institución creó una metodología de enseñanza a través del arte, donde previene la violencia y se incrementan habilidades blandas integradas, tales como la comunicación, la capacidad de liderazgo, relaciones interpersonales y actitudes positivas. De manera que, además de aprender bajo metodologías atractivas y productivas, también se recibe apoyo psicológico, capacitaciones, ayuda de alimentación, transporte, etc.

También dentro del área de educación, se realizan programas como “Un sueño hecho realidad”, el cual contempla becas técnicas, académicas y artísticas. Incluyendo bolsa de trabajo, tutorías académicas y apoyo psicológico a todos los jóvenes que habiten en áreas de riesgo o que no posean los recursos para estudiar y realizarse. Por otro lado, la Fundación cuenta con otros programas educativos que aportan mejoras en niveles académicos y una mejor formación integral. (Fundación Paiz, s.f.)

Por último, la Fundación además de manejarse con base en fondos obtenidos por patrocinadores, también genera alianzas educativas, culturales, artísticas, entre otras, con varias empresas y entidades. Por lo que continuamente se encuentra en crecimiento y transformación para mejorar y utilizar recursos para la sociedad guatemalteca. Además de ofrecer categorías de patrocinios a cualquier individuo que desee apoyar económicamente y/o participar en programas de voluntariado. (Fundación Paiz, s.f.)

1.4 Características del Departamento de Comunicación de Fundación Paiz

La Fundación cuenta con un Departamento de Comunicación y, como se mencionó anteriormente, no existe un coordinador/director del departamento, por lo que su representante actualmente es la encargada de redacción y contenido. Las atribuciones principales de este

departamento abarcan desde la creación de contenido hasta generar nuevas propuestas para innovar la comunicación.

El departamento está dividido en las áreas de: redacción y contenido, web master, diseño y diagramación, producción audiovisual, relaciones públicas y medios. Las actividades de cada área están asignadas a una persona específica, quienes realizan toda la comunicación de la Fundación.

En el caso de redacción y contenido, la redacción de materiales institucionales, redes sociales, página web, materiales físicos y digitales, entre otros, es redactada y revisada por la persona encargada en el Departamento. Todo el contenido generado por ésta área deberá ser autorizado previamente por la Directora Ejecutiva.

El web master es el encargado de la página oficial de Fundación Paiz y de la 21 Bienal de Arte Paiz, incluyendo redes sociales. Es quien también debe realizar estrategias de comunicación digital y presupuestos para redes.

En diseño y diagramación se realiza la creatividad y diseño de los materiales. Además, realiza las gestiones de la publicidad exterior de actividades.

El área de producción audiovisual realiza productos visuales y audiovisuales, videos con contenido producido por diseño gráfico, material audiovisual adaptado para la web y redes sociales, entrevistas, podcasts, spots de radio, televisión, entre otros productos.

Por último, el área de relaciones públicas y medios, se encarga de contactar a los medios de comunicación nacionales e internacionales, así como de establecer relación con los aliados estratégicos y patrocinadores. Esta área no existe como tal en el organigrama, pero sus atribuciones son cumplidas por una persona, quien también se involucra en el Departamento de Comunicación.

Todos realizan trabajo de campo, dependiendo de la atribución que se les otorgue, todo el contenido generado lleva un proceso de autorización previo a ser publicado. Esto significa que el Departamento de Comunicación siempre debe estar presente en todas las actividades de la Fundación (antes, durante y después) para gestión y documentación de las mismas.

Además, la Fundación cuenta con una base de datos en plataformas digitales, donde se guarda información y contenido que es actualizado constantemente. Esta dinámica se realiza con el objetivo de que todos los integrantes del Departamento (y otros departamentos) tengan acceso a la misma información y se agilice el trabajo.

1.5 Situación de la Fundación en Guatemala

En la actualidad, Fundación Paiz continúa en un proceso de fortalecimiento interno, abriendo puertas a nuevas iniciativas, propuestas, visiones y proyectos que enriquezcan la vida de los guatemaltecos. Asimismo, que otorguen un mayor impacto en la vida de la sociedad guatemalteca y de Centroamérica. Siendo líder en ámbitos culturales y artísticos. (Fundación Paiz, s.f.)

Los eventos y actividades que Fundación Paiz organiza son específicamente para enriquecer la cultura y educación guatemalteca. La Fundación realiza alianzas estratégicas de empresas y entidades para obtener patrocinios dedicados a eventos para fomentar proyectos culturales, artísticos y educativos.

Ejemplo de lo anterior es el evento “Recordando al Club El Gallito” realizado en Julio. La actividad fue una fiesta de marimbaailable, cuyos fondos fueron destinados a Giravidas y a los

damnificados por la tragedia del volcán de Fuego. Este evento incentiva la música y la marimba en una actividad dinámica y divertida para el público.

Por otra parte, se realizó la 21 Bienal de Arte Paiz, un singular evento de arte contemporáneo de gran prestigio para Guatemala, debido a la participación artística nacional e internacional. La Bienal es de los eventos de mayor impacto y más reconocidos en el país debido a su historial de relevante importancia, siendo la sexta más antigua del mundo y la única en Guatemala. (Fundación Paiz, s.f.)

El evento tuvo presencia este año en América Central (Guatemala y Panamá) y México. Específicamente en Guatemala, hubo sedes tanto en la ciudad como en los municipios: Sumpango, Sacatepéquez; San Juan Comalapa, Chimaltenango; San Pedro La Laguna, Sololá; Antigua Guatemala, Sacatepéquez; Rabinal, Baja Verapaz; Livingston, Izabal. Este año la Bienal no tuvo tema, su noción fue “*Más Allá*” y “tiene la idea de realizar una bienal más contextual e inclusiva, rizomática, descentralizada en espacio y tiempo, y más comunicativa con el público”. (Mosquera, 2018)

1.6 Contexto nacional e internacional del área de trabajo

En Guatemala existen otras fundaciones similares, como Fundación Rozas Botrán, una institución nacida aproximadamente en el año 1915. Además de poseer galerías de arte y talleres de restauración, está unida a la responsabilidad social y se enfoca al cuidado de personas de bajos recursos. También apoya el desarrollo de la cultura por medio de las artes visuales y la conservación del patrimonio cultural del país. (Fundación Rozas Botrán, s.f.)

“Sus acciones están centradas en la investigación científica y el diagnóstico para el tratamiento adecuado de las enfermedades metabólicas y genéticas, la gestión artística y la restauración del patrimonio cultural privado y de público”. (Fundación Rozas Botrán, s.f.)

Otra institución que apoya al arte es Fundación G&T Continental, la cual tiene como objetivo la “organización, fomento, promoción y divulgación de actividades que involucren aspectos para la protección y conservación del patrimonio cultural y artístico de Guatemala, para contribuir con el desarrollo integral...”. (Fundación G&T Continental, s.f)

Fundación G&T Continental realiza diferentes proyectos como exposiciones temporales en Galería del Centro y Galería Guatemala; Guatemala Artística, bajo un convenio con la Dirección General de Aeronáutica Civil para intervención de espacios del Aeropuerto La Aurora con obras de arte de guatemaltecos; Orden del Arrayán, condecoración a personas e instituciones que apoyan la cultura en el país; Editorial Galería Guatemala, documentación y difusión del arte; y la restauración del Museo Nacional de Historia. (Fundación G&T Continental, s.f)

Para Fundación Paiz es fundamental hacer uso de las relaciones públicas y la comunicación como una herramienta que fortalece las acciones de gestión cultural. Debido a que Guatemala posee un público específico que demanda eventos culturales, la institución gestiona y coordina actividades de manera continua para reforzar e incentivar el arte y la cultura. Además, trabaja desde ese enfoque cultural y artístico para apoyar el desarrollo educativo de la sociedad guatemalteca, lo cual diferencia a esta institución de otras.

Las relaciones con patrocinadores nacionales e internacionales son apoyo para mejorar sus relaciones públicas e incentivan la participación guatemalteca, y, asimismo, se concientiza sobre

la realidad nacional para apoyar los programas que la Fundación ofrece. Todos estos procesos conllevan la participación activa del Departamento de Comunicación de la entidad.

II. Plan de Práctica

2.1 Acuerdo contractual de horario

El período de Prácticas Supervisadas inició el 4 de junio de 2018 y culminó el 22 de agosto del mismo año, cumpliendo las 450 horas requeridas por Universidad Rafael Landívar. Se realizaron las prácticas en el Departamento de Comunicación de Fundación Paiz para el Arte y la Cultura. El horario establecido fue de 9:00 a 17:00 horas de lunes a jueves y de 9:00 a 16:00 horas el viernes.

2.2 Descripción del departamento al que fue asignado

El departamento asignado fue el Departamento de Comunicación de Fundación Paiz para el Arte y la Cultura. Está conformado por estas áreas: redacción y contenido, web master, diseño y diagramación, producción audiovisual y, por último, relaciones públicas y medios. Comunicación se encarga de generar y difundir todo el contenido y material de Fundación, según las necesidades de la institución.

2.3 Objetivos establecidos

El plan de prácticas establecía como objetivos de aprendizaje los siguientes:

- Redactar y editar adecuadamente todo tipo de contenido generado por Fundación Paiz para su difusión en medios y plataformas digitales, incluyendo medios publicitarios.
- Conocer el manejo interno de la comunicación en una institución de gran trayectoria.
- Elaborar y coordinar materiales de apoyo institucionales.

- Administrar y generar contenido para plataformas digitales, tales como redes sociales y páginas web.
- Trabajar organizadamente bajo los distintos reglamentos y lineamientos de la entidad.
- Reforzar conocimientos sobre la comunicación en las entidades guatemaltecas.
- Adquirir conocimientos sobre la organización y logística de eventos de la fundación.

2.4 Funciones pactadas a desarrollar

Según lo establecido en el plan de prácticas, inicialmente se acordó realizar las siguientes actividades:

- Apoyo en redacción y edición de contenido para difusión en plataformas digitales y publicitarias.
- Apoyo en relaciones interinstitucionales, realización de entrevistas y obtención de contacto de medios para eventos de la Fundación.
- Gestión y manejo de plataformas digitales como redes sociales y página web.
- Generación de contenido y planes estratégicos para plataformas digitales.
- Diagramación y difusión de material con contenido de eventos de la Fundación.
- Monitoreo de estadísticas de redes sociales con regularidad.
- Monitoreo de medios y plataformas digitales.
- Cubrir eventos para plataformas digitales como redes sociales y páginas web.
- Generación de contenido para medios digitales.

No obstante, durante el desarrollo de las prácticas se ejecutaron otras acciones complementarias.

2.5 Presentación de las modificaciones y análisis de las razones

El plan de práctica presentado antes del inicio de prácticas supervisadas, fue planteado con base en las atribuciones generales del Departamento de Comunicación. Sin embargo, las tareas asignadas dependerían de las necesidades que surgieran en el momento y las tareas podrían ser modificadas en el transcurso de las prácticas. Las atribuciones sin modificación fueron principalmente edición y redacción de contenido, relaciones públicas, entre otros.

Debido a la gran cantidad de actividades planificadas en la institución, se asignaron las áreas con más necesidad de apoyo, tales como la comunicación digital (uso de redes sociales y página web), edición y generación de contenido. Cabe mencionar, que la entidad busca expandirse a un público más joven, por lo que fue una importante razón por la que se le asignó a la practicante el *community management*, actividad que se desarrolló sin ningún inconveniente.

III. Fundamentación Teórica

3.1 Comunicación

Para fundamentar la experiencia de prácticas supervisadas se iniciará con definir la comunicación. Tal como refieren Com, Ackerman y Morel (2011), se origina en el latín “*comunicatio*” y en el sustantivo “*comunico*”. Asimismo, en castellano significa “formar parte” o “participar en algo común”. Bajo este razonamiento, la comunicación establece un proceso de intercambio de mensajes entre individuos, cuya vinculación les otorga un sentido significativo en el ambiente donde se desarrollan.

Por otro lado, se define el concepto de comunicación como “una acción o proceso mucho más profundo, privativo de los seres humanos, donde la dimensión operativa del intercambio de mensajes se da dentro de otras dimensiones que implican la voluntad de entenderse...” (Cisneros, 2006, p.19). Ambos autores coinciden en que la comunicación es un proceso imprescindible para el desarrollo y convivencia del ser humano.

Con base en el fundamento mencionado, la comunicación se concluye como “el fundamento de toda la vida social. Si se suprime en un grupo social todo intercambio de signos orales o escritos, el grupo deja de existir como tal” (Martínez, 2012, p.1). Todos los procesos de convivencia y crecimiento de la persona inician con la comunicación.

Al definir el concepto de comunicación, se procede a establecer el sistema del mismo con base en el planteamiento de Weaver (1984) citado por López (2006), en “Crítica de la teoría de la información”:

La fuente de información selecciona a partir de un conjunto de posibles mensajes el mensaje deseado. El transmisor transforma el mensaje en una señal que es enviada por el

canal de comunicación al receptor. El receptor hace las veces de un transmisor invertido que cambia la señal transmitida en un mensaje y pasa este mensaje a su destinatario. (p.4)

Por lo que este modelo de emisor-receptor-mensaje, es visto como el modelo básico de la comunicación. Cabe mencionar, que este modelo fue base fundamental para la implementación de teorías más complejas de la comunicación.

Además de estructurar el proceso de comunicar, debe recalcarse su importancia y usos en la vida del ser humano: “La comunicación es la herramienta que aporta cohesión a la compleja estructura organizada, y para el hombre esta está formada por el lenguaje verbal en sus diferentes usos (diálogo, periódicos, literatura, información de la radio, la enseñanza)” (Pellerey, 2015, p.32).

La comunicación al ser parte fundamental del funcionamiento de una sociedad, se ve implementada en los ámbitos más pequeños, como el hogar, hasta los más grandes, como las industrias. En este caso, Fundación Paiz al ser una institución sin fines de lucro, utiliza la comunicación como principal instrumento para desenvolverse dentro y fuera del país. Por ello, cuenta con el Departamento de Comunicación, especializado en generación y difusión de contenido por medio de distintos canales.

“Efectivamente, las organizaciones están compuestas por individuos, y todo lo que ocurre en ella, desde el trabajo diario hasta las relaciones humanas, debe ser entendido en términos de comunicación” (Martínez, 2012, p.1).

3.2 Comunicación Institucional

La comunicación institucional es una de las características principales que posee Fundación Paiz, debido a los procesos que se llevan a cabo. Es de suma importancia la planificación estratégica de comunicación dentro de la Fundación, de manera que cada departamento trabaje bajo la misma estrategia y dirección.

Trelles (2001), citado por Díaz (2014), define el concepto de comunicación organizacional como “el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes, y considera que la misma incluye cuatro conceptos claves: mensajes, redes, interdependencia y relaciones” (p.15). Por lo que el concepto plantea la estructuración organizada y fluida en las instituciones.

En relación a ello, “toda institución que se respete, debe priorizar dentro de su estructura organizacional un sistema de comunicaciones e información que dinamice los procesos que a nivel interno vivifican la entidad y la proyectan hacia su área de influencia” (Sayago, 2009, p.4).

Se explica a grandes rasgos el concepto de comunicación institucional/organizacional dentro de una empresa:

Es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida. (Castro, 2014, p.5)

“La comunicación organizacional es una comunicación que facilita el control sobre los comportamientos dentro de la organización. Ya que permite coordinar distintos elementos que conllevan al logro de los objetivos y permite mantener un equilibrio óptimo dentro de la organización”, según Egidos y Páez (como se citó en García, 2013, p.6). Por lo que cualquier

entidad debe estructurar la comunicación manera organizada para lograr los objetivos que se planteen.

La comunicación institucional además de proveer orden y facilitar procesos de trabajo, también promueve “la participación, la integración y la convivencia en el marco de la cultura organizacional, en donde cobra sentido el ejercicio de funciones y el reconocimiento de las capacidades individuales y grupales” (Sayago, 2009, p.4).

La comunicación planificada realizada por Fundación Paiz abarca el planteamiento de un proceso de generación de contenido, adaptación del mismo en predeterminados medios/canales, autorización y, por último, transmisión. Dentro de este proceso existe un monitoreo de evaluación; se mide la efectividad de dicho mensaje en los públicos objetivos.

3.3 Gestión Cultural

Para contextualizar de manera breve las funciones de Fundación Paiz, se planea la gestión cultural como principal actividad de la entidad. Al coordinar una variedad de eventos artísticos, musicales, educativos, etc., la Fundación se ve envuelta en distintos procesos de planificación de dichas actividades para la sociedad guatemalteca.

A estos procesos se les llama gestión cultural, cuyas actividades son diversas y requieren una planificación previa:

Exposiciones, conciertos, museos, espectáculos, etc., son actos accesibles que entretienen, atraen, impresionan y llaman a un público determinado que demanda eventos culturales. Sin embargo, para que el público se sienta motivado y vaya a cualquier actividad cultural ha tenido que ponerse

en marcha el engranaje de la gestión a través de una serie de objetivos y fases, como la planificación, el marco de referencia, cómo se coordina, cuál es su fundamento y, en definitiva, cómo se pueden abarcar todas las iniciativas, tanto artísticas como históricas, privadas y públicas o asociativas y estatales. A todo esto, se le llama gestión cultural. (García, 2015, p.7)

El concepto de gestión cultural está ligado a cuatro transformaciones contemporáneas de la dimensión cultural:

- a) La extensión de la noción de cultura por motivos filosóficos, sociales, políticos y jurídicos.
- b) La crisis de las nociones de política y desarrollo a partir de la década de los setenta.
- c) La necesidad de políticas culturales que gestionen ámbitos más allá de la cultura artística, la cultura tradicional y el patrimonio.
- d) La aceptación e importancia de repensar rigurosamente las interrelaciones entre economía y cultura. (Zubiría, Abello y Tabares, 2005, p.23)

Técnicamente, la gestión cultural implica un planteamiento cuidadoso de objetivos, estrategias y políticas. La realización de dichos factores es de suma importancia para lograr buenos resultados, sin embargo, la cultura no es estática, debido a su continua transformación y discusión (Aballay, y Avendaño, 2010).

Por ende, la Fundación busca y trabaja temas de arte actual, adaptándose a las nuevas culturas instituidas en el país. Esto incluye actividades durante las prácticas, como la gestión de comunicación en eventos culinarios ancestrales y de arte contemporáneo.

3.4 Relaciones Públicas

Se define las relaciones públicas como una “filosofía, técnica y arte encaminados coordinar valores para convivir y compartir de forma solidaria y armoniosa con el entorno” (Escudero, 2014, p.217). Por otro lado, se define al profesional de las relaciones públicas como “quien dirige, aconseja y supervisa acerca de las actividades de su cliente que afectan el interés público” (Sotelo, 2001, p.96).

El fin de las relaciones públicas es “llevar a la esfera pública hechos e ideas de trascendencia que no hubieran alcanzado el conocimiento general solo al abrigo de la comunicación espontánea” (Sotelo, 2001, p.94).

Por lo que las relaciones públicas son de suma importancia para todas las instituciones que poseen presupuestos limitados. Fundación Paiz posee un encargado de relaciones públicas y medios, quien tiene por atribución ser el nexo entre los medios y la entidad. Además de tener comunicación directa con diferentes públicos.

Las relaciones públicas sirven como una vía de difusión de contenido de la Fundación por medio de alianzas o acuerdos con otras empresas/medios de comunicación.

Por lo que el encargado de relaciones públicas debe poseer una serie de aptitudes que apoyen a la entidad y trabajen en su beneficio:

Los profesionales de las relaciones públicas, para llevar a cabo una tarea informativa en la que exista coherencia entre la actuación de la organización y lo que se comunica en relación con ella, deben conocer la política general y, en ocasiones, tienen que contribuir a fijar dicha política. (Sotelo, 2001, p.86)

Además, se necesitan de estrategias de comunicación incluso para realizar campañas de relaciones públicas, por lo que ese enfoque de acción es indispensable para resolver cualquier situación o proyecto, como lo explica Xifra (2010).

3.5 Comunicación Digital

Debido a que la sociedad se ve en continuo crecimiento en la era digital, es importante que las empresas actualicen su estructura y sobretodo, la denominada comunicación digital.

Este tipo de comunicación es parte fundamental para la publicidad de los eventos y recaudaciones de la Fundación, además de que ha sido una herramienta útil para la expansión de públicos objetivos. La comunicación digital “Incluye los elementos tradicionales de la comunicación presencial, tradicional y analógica (emisor, receptor, canal, mensaje, contexto, codificación) pero modifica sus funciones y sus relaciones para generar una comunicación mediada por el entorno digital, con una naturaleza multidireccional” (Gabelas y Marta-Lazo, 2016, p.48).

Se a esta rama de la comunicación como un “conjunto de actividades de comunicación, sean individuales, grupales o institucionales, que fueron digitalizadas, es decir, transformadas a una masa de bits; de tal manera que puede ser fragmentada, manipulada, enlazada y distribuida por los participantes del proceso de comunicación” (Román, 2015, p.49). Eso significa que la comunicación digital aporta un sinfín de herramientas comunicacionales más allá de la comunicación estándar.

El Departamento de Comunicación de la Fundación constantemente plantea estrategias digitales para presentar todos los eventos e información importante que desean transmitir de

manera instantánea. “El marco operativo de la comunicación digital; con las implicaciones éticas de una comunicación caracterizada por su globalización, inmediatez, velocidad, convergencia, interactividad y alta penetración” (Arango-Forero, 2013, p.7).

Las estrategias que se establecen parten de la necesidad que presente esta institución. Por ejemplo, si se desea comunicar un evento de suma importancia, como lo es la Bienal de Arte Paiz, son necesarias las pautas en las redes sociales más fuertes, como Facebook e Instagram. Además, se genera una nueva página web para cada Bienal, debido a la cantidad de información de dicho evento. Por lo que la página web se da a conocer por medio de redes sociales y publicidad.

La estrategia en la gestión de la comunicación digital va más allá de poner la etiqueta de ‘estratégica’ a la comunicación. Su valor reside en incrementar el valor de la comunicación de un medio de comunicación en Internet, frente a la alta competitividad de los demás medios, y en aprovechar las características de los usuarios; todo ello permitirá mejorar la consecución de los objetivos de las organizaciones. Los autores coinciden en que los sitios web deben responder a estrategias de comunicación. (Román, 2015, p.141)

3.6 *Community Manager*

Se define al *Community Manager* como “Quien se encarga de cuidar y mantener la comunidad de fieles seguidores que la marca atraiga, y ser el nexo de unión entre las necesidades de los mismos y las posibilidades de la empresa. Conocimiento en diversas áreas”, según AERCO (citada en Lambrechts, 2011, p.7).

Lambrechts (2011) afirma que un *community manager* no solamente abarca tareas de comunicación digital, sino que debe poseer habilidades en redacción y herramientas analíticas para

plantear estrategias digitales que funcionen para la empresa donde trabaja. Por ende, al ser el nexo de unión entre las necesidades y posibilidades de la institución, también debe tener conocimientos sobre el uso de herramientas de *Social Media*. (p.7)

Cabe decir, que el origen de un *community manager* proviene de la era digital:

Esta profesión surge en el ámbito de las Redes Sociales, por lo que deberíamos añadir este matiz a la definición. No basta con indicar que su medio de acción es Internet, sino que hay que especificarlo aún más. Así, esta figura se convierte en el gestor de la comunidad virtual, es decir, el encargado de gestionar, en el ámbito de las redes sociales, el conjunto de usuarios que interaccionan de una u otra forma con la empresa. (Ruiz, 2013, p.10)

La distribución del material generado por producción audiovisual y diseño gráfico de Fundación Paiz no solamente está dirigido a medios publicitarios, sino también es adaptado a las redes sociales para su difusión estratégica. Por ende, parte de la función del *community manager* es planificar esas estrategias y difundirlas bajo ese planteamiento.

La función de un *community manager* incluye “el arte de la gestión eficiente de la comunicación de otros online en las diferentes herramientas idóneas para el tipo de conversación que creamos conveniente con nuestros potenciales clientes”, según Coghlan (como se citó en Aerco y Territorio Creativo, 2009, p.5). Además, que “el CM debe ser la voz de la empresa puertas afuera, y la voz del cliente puertas adentro”, afirma Besson, (como se citó en Aerco y Territorio Creativo, 2009, p.5).

Todos estos autores y profesionales en el tema, coinciden en que el *community manager* es más que el gestor de plataformas digitales; es quien controla, monitorea, planifica, actualiza y

genera contenido adaptado a las distintas redes y/o plataformas que se presenten, en función a las necesidades de la empresa.

El Departamento de Comunicación de la Fundación no cuenta un *community manager* como tal, sino que sus atribuciones son distribuidas entre los miembros del departamento y son llevadas a cabo principalmente por el web master. Sin embargo, se realizan planificaciones del material a difundir, dependiendo de la necesidad de la Fundación. Por ejemplo, eventos dirigidos a un público mayor son pautados de manera más continua en plataformas como Facebook y no tanto en otras de públicos más jóvenes.

También, dentro de las funciones del *Community Manager* debe realizarse un monitoreo y reporte de las redes sociales de la institución. De manera que sirva como herramienta de medición del público alcanzado con las publicaciones y el nivel de interactividad de las redes con la entidad.

Es importante recalcar las aptitudes técnicas principales de un CM:

- a) Conocimiento sectorial
- b) Conocimientos de marketing, publicidad y comunicación corporativa
- c) Redacción
- d) Un punto «*geek*» (pasión por las nuevas tecnologías, por Internet y la web 2.0)
- e) Creatividad (en la economía de la atención y de la sobreabundancia de la información)
- f) Experiencia en comunicación online
- g) Cultura 2.0 (AERCO y Territorio Creativo, 2009, p.10)

3.7 Social Media

Social Media es un término definido como la combinación de herramientas en la Web como blogs, wikis, etc., además de permitir a cualquier individuo comunicarse con el resto del mundo, a través de esas herramientas. (Alles, 2014, p.14). La característica más recalculable es que todas estas herramientas ofrecidas por Social Media son online, simples y de fácil acceso.

Los social media producen social e intencionalmente símbolos y significados gracias a internet –con diferentes grados de fiabilidad– y generan climas de opinión que se presentan de forma pública como alternativa para la toma de decisiones de las personas en sus roles como ciudadanos y consumidores. (Fresno, 2012, p.18)

Por lo que Social Media es un recurso imprescindible para el funcionamiento de la comunicación digital de la Fundación, de manera que exista una mayor y mejor interactividad y dinamismo entre los usuarios de la web.

3.8 Redes Sociales

Se define las redes sociales como una “estructura informal de intercambios compuesta por personas (u organizaciones u otras entidades), las cuales están conectadas por motivos y circunstancias diversos, desde amistad o parentesco, hasta intereses comunes, entre otras” (Alles, 2014, p.285). Desde una perspectiva general, las redes sociales involucran personas y las características que tienen en común.

Una red social es una plataforma digital que permite la conexión de personas con distintos intereses, necesidades, problemáticas, entre otros factores; y una de sus características más recalculables es la capacidad de transmisión de información (Alles, 2014).

Se explica las redes sociales de manera específica:

Una red social online se puede definir como un conjunto de nodos interconectados que forman una estructura social de individuos o instituciones organizada culturalmente con un propósito común, que puede ser solidario o no. La red social online despliega y hace posible una forma específica de interacción social y cultural gracias a un número de nodos diversos y reconfigurables –añadiendo o eliminando– de unidades sociales que son los protagonistas de la actividad de la red. (Fresno, 2012, p.19)

A continuación, se presentan las redes sociales activas de Fundación Paiz y sus funciones más destacadas:

a) Facebook

Facebook, es “la mayor red en cuanto a número de usuarios y repercusión” (Ruiz, 2013, p.13). Fundación Paiz cuenta con su página oficial de Facebook (Fan Page y grupo específico de la Bienal de Arte).

Las múltiples opciones de enriquecimiento al utilizar esta red social son:

- Generar branding.
- Crear un compromiso con el cliente.
- Dirigir tráfico a la web.
- Gestionar la reputación.
- Acceder a un gran número de leads.
- Gestionar la atención al cliente.
- Facilitar la viralidad de los mensajes.
- Humanizar la marca.

- Ofrecer publicidad eficaz.
- Monitorización y análisis de los resultados (Gálvez, 2015, p.31)

b) Instagram

Esta red social es reconocida por ser audiovisual. Dentro de sus principales características se encuentra la publicación de fotografías artísticas editadas con filtros (según gusto del usuario) (Ruiz, 2013, p.24). Esta plataforma no permite mayor interacción con usuarios, solamente comentarios en las fotografías y videos, y encuestas por medio de las historias de la red.

Por otro lado, “esta red social está transformando sus características para conseguir mejor rendimiento comercial. Esto supone la incorporación de publicidad y la creación de perfiles de empresa, así como la ordenación del *timeline* por intereses e interacción” (García-Gordillo, Ramos y Fernández, 2017, p.50).

c) Twitter

Twitter es definido como un “microblog, donde cada usuario puede escribir y compartir mensajes cortos que son enviados a sus seguidores. Dichos mensajes se denominan *Tweets*” (Alles (2014, p.281). Se actualizan mensajes cortos con imágenes o videos para mantener informado al usuario de manera instantánea.

Cabe decir, que la visibilización de Twitter es mayor que las de otras plataformas como Facebook, y posee un enorme poder de configuración mediática de la realidad (Costa, 2013). Esta red social es utilizada por Fundación Paiz debido a su inmediatez para transmitir mensajes, además de ser un espacio para un público joven.

“Los contenidos son la pieza clave de cualquier cuenta en Twitter. Por este motivo, las cuentas oficiales deben ofrecer información relevante para su comunidad, por lo tanto, debe ser en un 70% contenido original creado por los responsables del perfil” (García-Gordillo, Ramos y Fernández, 2017, p.48).

d) Youtube

Youtube es una plataforma digital definida como un “sitio web de amplia difusión que permite almacenar videos” (Alles, 2014, p.286). Es utilizada para subir videos a canales creados por usuarios. Dentro de las principales características, “permite subir y compartir video clips mediante Internet, sitios Web, dispositivos móviles (teléfonos, palms), e-mail y blogs”, según Youtube (citado por Bañuelos, 2007, p.4).

3.9 Página Web

Una página web es definida como un “documento o fuente de información en internet, generalmente en formato HTML, interconectado por enlaces a otras páginas web. A un conjunto de páginas web estructuradas bajo una misma dirección de internet que las aloja se le denomina sitio web” (Alles, 2014, p.284).

Además, “una página web permite a los usuarios interactuar con la información y con el proveedor. La información significativa fluye en ambas direcciones” (Solórzano, 2006, p.75). Fundación Paiz cuenta con una página web oficial, cuyo contenido es actualizado con eventos y noticias, además de poseer páginas web de las Bienales de Arte Paiz.

3.10 Redacción de Contenido

“Su propósito es combinar palabras, frases, párrafos y textos, y a través de ellos unir ideas ya elaboradas, de manera que se produzcan en un todo armonioso, capaz de ser debidamente comprendido”. (Caridad, López, Sánchez y Armenteros, 2011, p.12)

Las características de una redacción correcta son:

- a) Claridad: debe corresponder un lenguaje fácil, basado en palabras transparentes y frases breves, con el firme propósito de que el pensamiento de quien escribe llegue a la mente del lector desde la primera lectura del escrito.
- b) Concisión: consiste en decir lo más con lo menos, ahorrar palabras y evitar lo innecesario.
- c) Sencillez: Emplear palabras de uso común. Ser sencillo es aquel escritor que utiliza palabras de fácil comprensión; y natural, quien al escribir se sirve de su propio vocabulario, de su habitual modo expresivo. (Salazar, 1999, p.2-6)

IV. Informe de Práctica

El periodo de prácticas supervisadas inició en Fundación Paiz para el Arte y la Cultura. El proceso comenzó con un recorrido en las instalaciones de la Fundación, la presentación del personal, estructura interna y una breve explicación sobre las tareas que se llevarían a cabo diariamente, con base en las actividades planificadas para los próximos meses. Asimismo, se identificaron las áreas del Departamento de Comunicación en las que se ofrecería apoyo.

Se asistió a la reunión cuyo objetivo era, además de presentar a la practicante, establecer actividades, pendientes, avances, logística, calendarización de actividades y problemáticas de los eventos que se llevarán a cabo. La practicante debía participar en estas reuniones para presentar sus avances, obstáculos y opiniones. Adicionalmente, cada 15 días se realizaría una reunión general de la Bienal de Arte Paiz, con la finalidad de establecer avances, problemáticas y comentarios entre todos los departamentos de la institución.

Las actividades atribuidas se enfocarían en redacción y edición de contenido, comunicación digital, *community management*, monitoreo de medios, generación de materiales de comunicación, planes estratégicos, entre otros. Las actividades específicas se atribuirían en el momento, dependiendo de la necesidad de la entidad.

Para presentar las actividades realizadas durante las prácticas profesionales, se presentará un desglose con la actividad general y la explicación detallada de dicha atribución. En cada tarea se evidenciará el aprendizaje obtenido en la carrera y cómo se vio reflejado en las prácticas supervisadas.

4.1 Reconocimiento de actividades

Fundación Paiz brindó archivos y material sobre las actividades en las cuales se ofrecería apoyo en áreas de comunicación. Dichos eventos fueron “Época de Cosecha” (cena benéfica), “Recordando al Club El Gallito” (fiesta de marimba), la “21 Bienal de Arte Paiz” (uno de los eventos más importantes de la institución), entre otros. Este proceso fue de suma importancia para informarse y adaptarse a cada actividad que se presentara.

Además de ello, se investigó sobre dichos eventos para conocer el tipo de comunicación que se utiliza, las estrategias y los distintos públicos objetivos a quienes se dirigen. Este proceso también se llevó a cabo a petición de la institución, para facilitar la adaptación y uso de información en el momento de realizar materiales y generar contenido.

4.2 Recolección y monitoreo de medios

Como primera asignación, fue solicitada la búsqueda y recolección de datos de medios de radio, prensa y televisión (nacionales e internacionales) para promocionar la Bienal de Arte Paiz, y para periodistas. Dichos contactos se estructuraron para generar una base de datos con toda la información solicitada en un solo documento.

Esta matriz o base de datos fue actualizada constantemente con más contactos, para luego ser estructurada en un solo documento y facilitar su acceso al personal de Fundación que lo necesitara. Esta tarea se llevó a cabo en varios días, debido a la inaccesibilidad de contactos de los medios en la web (principalmente los medios que se encuentran en los departamentos del país).

Fundación Paiz archiva cualquier publicación en medios escritos y digitales, por lo que en ocasiones se asignó el monitoreo de medios escritos como Soy502, El Periódico y Prensa Libre para el archivo de la entidad. También se estableció contacto directo con el Asesor Comercial del

medio Soy502, para establecer acuerdos de pautas pendientes y cotización de las mismas y se le dio seguimiento a las pautas.

4.3 Redacción y edición de contenido

La redacción y edición de contenido fue una de las principales atribuciones de las prácticas supervisadas, por lo que fue una actividad que se realizó diariamente con distintos materiales de la entidad. Todos los materiales redactados y corregidos estuvieron destinados tanto a comunicación digital como a publicidad y materiales impresos. Además, para cada material fue necesario conocer al público objetivo a quien va dirigido.



Figura 2: Fragmento del recetario de Época de Cosecha: Verano.
Fuente: Documento PDF de Fundación Paiz, con notas de corrección.

La practicante revisó y corrigió el contenido de los materiales como el recetario de cocina ancestral de la cena benéfica “Época de Cosecha, edición Verano”. Este recetario presentó distintos cambios, por lo que debió ser adaptado para una lectura más fácil y efectiva.

Asimismo, para publicitar Época de Cosecha se redactó textos para fotografías tomadas por la Fundación. Esos textos fueron obtenidos de pequeñas entrevistas de reseñas realizadas por teléfono a proveedores y participantes de la cena benéfica. También se obtuvo dichas reseñas de entrevistas pasadas de distintos medios. Las imágenes fueron posteadas en las redes sociales de la fundación junto a información sobre el evento.



Figura 3: Material para promoción Época de Cosecha: Verano.

Fuente: Fotografía de Fundación Paiz, con texto obtenido de entrevistas con el Dr. Armando Cáceres.

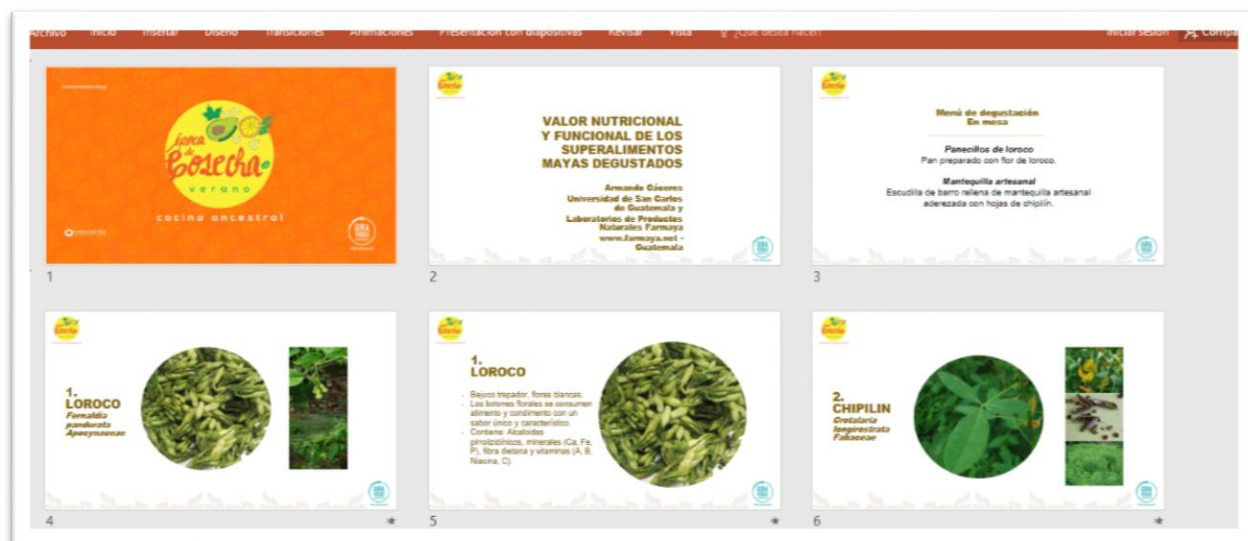


Figura 4: Fragmento de una de las presentaciones de Época de Cosecha: Verano.

Fuente: Documento PowerPoint en edición, otorgado por Fundación Paiz.

También se apoyó en la redacción de un reportaje y reseña de Época de Cosecha, mediante la obtención de información basada en la entrevista al Dr. Armando Cáceres, botánico y participante de la cena.

La practicante fue responsable de la edición y corrección de contenido de las presentaciones de botánica y gastronomía que se proyectarían en pantalla el día del evento. Estas presentaciones se editarían con base en los lineamientos otorgados por el Dr. Armando Cáceres, con quien se tuvo varias reuniones para corrección de dichos cambios. Dentro de los cambios, se debió corregir textos, rediseñar diapositiva y diagramar las imágenes y texto, de manera que fuera visualmente atractivo y ordenado.

Un reto importante fue que se debió estudiar el lenguaje científico del contenido de las presentaciones, debido a que fue imprescindible incluir el nombre científico (género, especie y familia) de la botánica y demás ingredientes de la cena ancestral. También se apoyó en la redacción de invitaciones exclusivas, además de organizar los recetarios ya impresos para su distribución en el evento.

En el caso de la 21 Bienal de Arte Paiz, para facilitar el uso de información generada, el Departamento de Comunicación creó una base de datos con documentos en línea para que el

personal de los distintos departamentos accediese de manera inmediata. Estos documentos fueron actualizados constantemente, debido a la gran variedad de cambios en la información de los participantes y sedes de la Bienal.

Dentro de esta base de datos se incluyeron fichas biográficas de los participantes, información básica de las sedes (dirección, información, horarios, etc.), imágenes previamente autorizadas por participantes y sedes para utilizar en página web, redes sociales y material, logos de patrocinadores, entre otros. Esto facilitó procesos para generar contenido para web y redes sociales, además para crear material que requirió el Departamento para promover las actividades.

También se redactaron documentos con información específica (Ej. Nombres de participantes, nombres de sedes nacionales e internacionales, entre otros) bajo lineamientos previamente establecidos como el orden, la fuente, y forma. Estos lineamientos fueron brindados por diseño gráfico para agilizar procesos y evitar cambios en la adaptación del texto para material publicitario.

Debido a que la Bienal de Arte Paiz fue un evento de extensa duración con una gran cantidad de actividades, fue imprescindible realizar un calendario con todos los eventos. La matriz del calendario fue realizada por los curadores de la Bienal. Para facilitar el uso de información se solicitó a la practicante que realizara un calendario con base en lineamientos otorgados por la diseñadora gráfica. Dicho calendario enlistó cada actividad cronológicamente con su descripción.

Al igual que otros documentos, este calendario fue sometido a una gran cantidad de cambios de horario, de sedes, de participantes, entre otros. Este documento también fue incluido en la base de datos de la Bienal, y se utilizó para la realización del calendario en la página web de la Bienal.

<p>Sábado 1 de septiembre 16:00 Auditorio, CCE/G Ciclo de cine Película de Julio Hernández (GUA) Presentación película "Polvo" Para estudiantes de cine, comunicación y público general interesado</p> <p>17:30 Auditorio, CCE/G Charla con Luis Aceituno y Rosalina Cazali Acercamiento a la obra de Julio Hernández (GUA) Para estudiantes de cine, comunicación y público general interesado</p> <p>18:00 Auditorio, CCE/G Ciclo de cine Película de Julio Hernández (GUA) Presentación película "Gasolina" Para estudiantes de cine, comunicación y público general interesado</p> <p>Domingo 2 de septiembre 15:00 Furgón Munieduca Espacios y Territorios Taller con Bernabé Arévalo (GUA) Para estudiantes de arte, paisajistas y público general interesado</p> <p>Lunes 3 de septiembre 11:00 - 13:00 Plaza T2, USAC Murales históricos Visita con Gerardo Orizabal (GUA) Un recorrido por el contenido histórico y artístico registrado en los muros del campus Para estudiantes de historia, arte y público general interesado</p> <p>Martes 4 de septiembre</p>	<p>10:00 - 12:00 y 14:00 - 16:00 Furgón Munieduca Talleres de arte para escolares Para estudiantes</p> <p>Miércoles 5 de septiembre 18:00 Embajada de México "Rebelión decolonial o la historia de cuatro caminos al revés" Conversatorio con Sandra Monterroso (GUA), Julio Cumez, René Molina y Negma Coy, moderadora Esperanza de León Historias de identificación local través de distintas disciplinas del arte (literatura, música, plástica y teatro) Para estudiantes de antropología, historia, lenguas, arte y público general interesado</p> <p>Jueves 6 de septiembre 10:00 - 12:00 Furgón Munieduca Grandes maestros guatemaltecos Taller con proyecto CAP Para jóvenes de 13 a 17 años</p> <p>Viernes 7 de septiembre 14:00 - 16:00 Furgón Munieduca El Color en mí Taller de pintura con Lindsey Price (GUA) Exploración pictórica sobre los matices de pigmentación humana Para público mayor de 12 años</p> <p>17:00 Museo de Historia Arte, Identidad y Territorio Conversatorio con Roberto Escobar (GUA), Andrés Vargas (GUA), Lindsey Price (GUA), moderador Jener Santos Para estudiantes de arte, historia, sociología y público general interesado</p>
--	--

Figura 5: Calendario con actividades de la 21 Bial de Arte Paiz

Fuente: Documento Word realizado para la base de datos de la Bial.

La estudiante apoyó a la edición y corrección de contenido de "Mi Librito Mi Ruta Más Allá", material de la Bial dirigido al público adulto, joven e infantil, que fue distribuido en las distintas sedes de la Bial del circuito Ciudad de Guatemala. El contenido de dicho material incluía actividades y dinámicas para todo público para redes sociales (dichas actividades también fueron monitoreadas en las redes).

Dentro de otras tareas de redacción de la Bial, se solicitó a la estudiante realizar documentos con información redactada para medios digitales, como la revista alemana Universes in Universe. Toda la información utilizada fue autorizada y revisada para enviar al medio. Dado que la Fundación establece contacto con distintos medios nacionales e internacionales, se requiere información y material autorizado para que el medio lo publique según su agenda, por lo cual constantemente se debe recopilar dicha información.

Entre otras actividades de redacción, se corrigió notas de prensa para el Departamento de Educación de Fundación Paiz y de Fundación BIC, sobre el proyecto “Ayudando a las niñas a continuar en la escuela”.

4.4 Comunicados de prensa

Se realizó un estudio y análisis de archivos e información sobre la Bienal de Arte Paiz para la redacción de un comunicado de prensa sobre el lanzamiento de la Bienal este año. La estructura del comunicado se obtuvo de otros comunicados anteriores, además de los lineamientos que se debió utilizar para la redacción de documentos formales de la Fundación. También se corrigió y actualizó el comunicado de prensa de la presentación de los participantes de la 21 Bienal de Arte, para la página web.

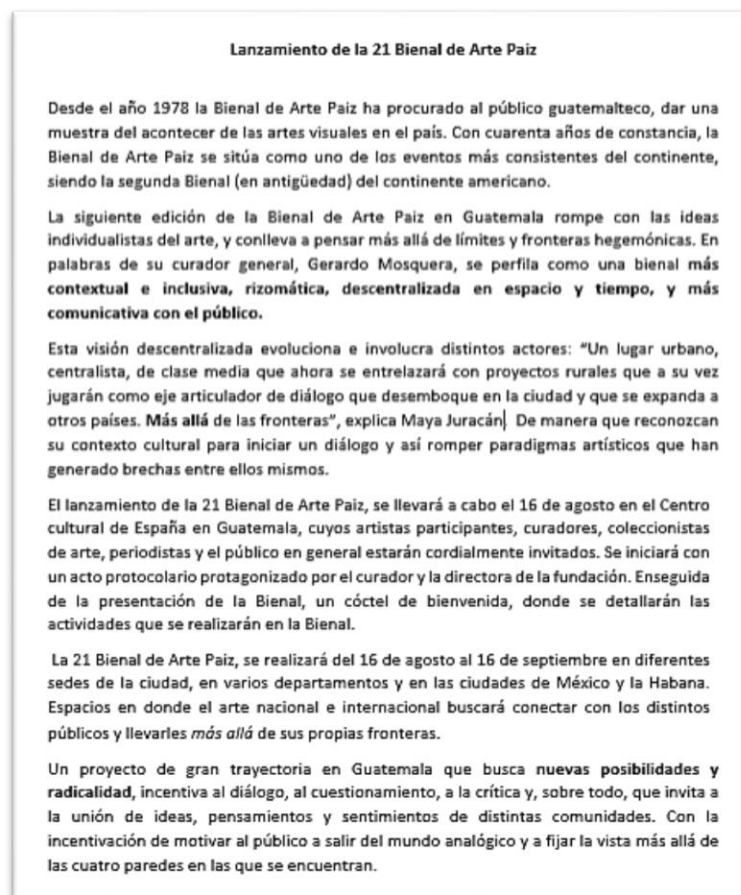


Figura 6: Comunicado de prensa para lanzamiento de la 21 BAP.

Fuente: Documento Word elaborado por Gabriela Carías para Fundación Paiz.

4.5 Comunicación Digital y Redes sociales

Fundación Paiz busca actualizarse y mantenerse a la vanguardia, por lo que fue asignada a la practicante la administración de las redes sociales tales como Facebook, Twitter e Instagram. El objetivo era que adaptara el contenido y material de los distintos eventos, actividades y talleres a un lenguaje más dinámico y juvenil. Una de las razones de esto, fue debido a que se buscó ampliar el público objetivo a un público más joven, además de ser una vía para activar más las redes sociales.

Toda la información e imágenes para publicaciones de las tres redes fueron obtenidas de las bases de datos y páginas web oficiales de Fundación Paiz. Por otra parte, también se le solicitó apoyo en la administración de la página web oficial de la 21 Bienal de Arte Paiz, para actualizar y editar contenidos como texto, información y fotografías.

INFORMACIÓN DATA BÁSICO		
GRUPO FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
SEGUIDORES 1,783	SEGUIDORES: 1,217	SEGUIDORES: 1,236

Figura 7: Base de datos con número de seguidores al inicio de la administración de redes.

Fuente: Documento Excel realizado para la base de datos de redes de Fundación Paiz.

La figura 7 muestra el número de seguidores al momento de la asignación de la administración de las tres redes sociales a la practicante. Estos datos fueron de utilidad para medir el nivel de crecimiento de las redes sociales.

INFORMACIÓN DATA BÁSICO		
GRUPO FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
SEGUIDORES 2,013	SEGUIDORES: 1,258	SEGUIDORES: 1,497

Figura 8: Base de datos con número de seguidores al terminar la administración de redes.

Fuente: Documento Excel realizado para la base de datos de redes de Fundación Paiz.

En la figura 8 se muestra el número de seguidores al terminar el periodo de prácticas supervisadas (semana del 20 de agosto).

Además de publicar información con regularidad, también se publicó cada nota de todo medio digital u otro que mencionó a Fundación Paiz y sus eventos/talleres o actividades. Asimismo, se publicó motivando al público a ver/escuchar cualquier programa de radio o televisión en el que Fundación Paiz participó.



Figura 9: Publicación para promoción de Bienal Radio en Facebook.

Fuente: Captura de pantalla de publicación realizada para la *Fan page* y el grupo de Facebook.

Al inicio de la práctica supervisada, solamente asignó a la practicante que hiciera la generación de contenido y gestión del grupo de la 21 Bienal de Arte Paiz de Facebook. Dentro de las principales tareas en el grupo, se debía administrar los participantes, publicar contenido y mantener activa la página.

Conforme las reuniones de la Bienal y Comunicación, se estableció la nueva atribución de administrar todas las redes sociales (*Fan Page* de Fundación Paiz, grupo de la 21BAP, Twitter e Instagram) y página web de la Bienal.

También se elaboró un calendario que sirvió como matriz de información para publicaciones futuras, específicamente de la Bienal de Arte. Este calendario establecía el *copy* y el contenido visual o audiovisual de la publicación y la plataforma en donde se publicaría.

Este plan de publicaciones en redes fue presentado al web master, a la Directora Ejecutiva y al Curador de la Bienal para autorización. Sirvió como base para publicaciones y se incluyeron más en el momento, dependiendo de la necesidad.

El calendario fue estructurado con base a distintas etapas (etapa de información básica, expectativa e información directa de la Bienal). Las etapas se dividieron en semanas para publicar de manera organizada. Además, se incluyó un horario de publicaciones, dependiendo del movimiento del usuario en la red, se programaba para las horas más activas. Por otra parte, también se requirieron textos base para redactar con base al *copy*.

SOCIAL MEDIA DESTAPE- JULIO 9 al 15, 2018				
LUNES - LA BIENAL/ MÁS ALLÁ				
TWITTER				
TIME OF LAUNCH	TÍTULO	COPY	IMAGEN / VIDEO	HERRAMIENTA
9:00 AM	Expectación	Inicio conteo regresivo Bienal. #bienaldeartePaiz	Imagen con texto	
10:00 AM	Bienal	¿Qué es la Bienal? #DescubreLaBienal #bienaldearte	Imagen relevante	
3:00 PM	Dato Bienal	Pregunta incentivadora más dato histórico relevante #bienaldearte #fundacionpaiz	Imagen con texto	
6:00 PM	Dato Bienal	¿Por qué una Bienal en Fundación Paiz? #bienaldeartePaiz	Imagen con texto	
FACEBOOK				
TIME OF LAUNCH	TÍTULO	COPY	IMAGEN / VIDEO	HERRAMIENTA
11:00 AM	Bienal Más Allá	¿Qué es Más Allá? Explicación adaptada. Link al blog. #másallá #21bienalpaiz	Imagen Bienal	
4:00 PM	Voluntariado	Aviso cierre voluntariado viernes pasado. #voluntariadobienal	Imagen	
INSTAGRAM				
TIME OF LAUNCH	TÍTULO	COPY	IMAGEN / VIDEO	HERRAMIENTA

Figura 10: Calendario de redes sociales 21 BAP.
Fuente: Documento Excel realizado para autorización.

En Facebook se realizaron las siguientes actividades:

- Para agilizar procesos, se realizó constantemente programaciones de publicaciones con contenido con base en estrategias de comunicación. Las estrategias utilizadas se centraron en el horario de actividad de las personas en esta red social, el contenido visual y audiovisual, el vocabulario directo y motivador, entre factores.
- En el grupo de la 21 Bienal de Arte Paiz, se administró las solicitudes para entrar al grupo, se respondió a los comentarios con preguntas o solicitudes de los participantes del grupo, y se actualizó diariamente con contenido específico de la Bienal (participantes, sedes, información básica, datos curiosos, noticias, etc.) para mantener el grupo activo y a la expectativa.
- En el *Fan Page* de Fundación Paiz, se publicó parte del contenido del grupo de la Bienal y de otras actividades de la entidad. También se contestaron preguntas, comentarios, inquietudes, entre otras.
- Se crearon eventos, tanto de la Bienal como de talleres de Fundación Paiz y se promocionaron de manera constante. Cada evento poseía su propia imagen; todas autorizadas por curadores y encargados.

Figura 11: Publicación de promoción de *souvenirs* realizada en el *Fan Page* de Fundación Paiz

Fuente: Captura de pantalla de la página de Facebook.



En Instagram, se pidió a la estudiante apoyo para publicar con continuidad, tanto historias como fotografías y videos de la Fundación. Entre otras actividades se realizó:

- Publicaciones de fotografías llamativas para el público con información concreta sobre temas como la 21 Bienal de Arte Paiz o eventos novedosos.
- Diariamente se actualizaron las historias con temas novedosos, videos e *e-cards* adaptados para la web. También se publicaron fotografías/videos de la actividad del momento con GIF's y *hashtags* autorizados.
- También se contestaron preguntas y comentarios realizados en publicaciones o en mensajes directos.
- Se realizaron varios *Giveaways* 21BAP, para promocionar la Bienal e incentivar al público a ser parte de la experiencia. Se redactaron los pasos que el usuario debía cumplir y se escogieron a los ganadores aleatoriamente por las noches. Este concurso se realizó durante dos semanas y los premios fueron promocionales de la Bienal.



Figura 12: Publicación de Giveaway 21 BAP
Fuente: Captura de pantalla desde la cuenta de Instagram de Fundación Paiz.

En Twitter también se realizaron publicaciones diarias, tales como:

- Información sobre eventos, páginas web, invitaciones, etc. La gran mayoría de tuits publicados contenían imágenes, videos o links.

- Todas las publicaciones contenían *hashtags*. Con anterioridad se apoyó en la creación de los *hashtags* oficiales de la Bienal y estos fueron utilizados en las tres redes sociales. También fueron parte de las dinámicas de las actividades de “Mi Librito Mi Ruta Más Allá”, por lo que constantemente se monitoreó el uso de estos *hashtags* por parte de otros usuarios y/o empresas (incluyendo Instagram).
- *Retweets* de cualquier *tweet* de usuarios u empresas mencionando a Fundación Paiz o utilizando *hashtags* oficiales de la Bienal u otros.

Cabe decir que al ser *community manager* fue solicitada una capacitación para los voluntarios de la Bienal, para el correcto uso de *hashtags*, códigos QR y motivar el uso de la tecnología para ampliar públicos.



Figura 13: Publicación de inauguración del mural (actividad de la 21BAP).

Fuente: Captura de pantalla desde la cuenta de Twitter de Fundación Paiz.

Para llevar a cabo un análisis del funcionamiento de las redes sociales, cada inicio de semana la practicante realizó un informe con las estadísticas de las tres plataformas. Este informe

apoyó al monitoreo del crecimiento de las redes sociales y su impacto en el público, así como los horarios de mayor movimiento de los usuarios.

4.5.1 Página web

Otra importante atribución asignada fue la administración de la página web oficial de la 21 Bienal de Arte Paiz. Esta página debió ser actualizada con base en la matriz de información de la Bienal. Hubo cambios de manera constante, por lo que, si alguna sede o participante cambiaba su información por cualquier razón, esta debía ser modificada en redes sociales y la web como tal.

La practicante creó un calendario adaptado con todas las actividades de la Bienal, el cual fue promocionado constantemente en las redes sociales. Este calendario fue de suma importancia, por lo que se debió actualizar en el momento en que se solicitaran cambios, por lo que se trabajó en ello incluso en fin de semana. También se redactó y adaptó la información de segmentos como las sedes de la Bienal. En esta sección se crearon botones para direccionar a las redes sociales de cada sede, facilitando el movimiento del usuario en la página y aportándole más información.



Figura 14: Publicación de Casa Celeste, sede de la 21BAP en su página oficial.

Fuente: Captura de pantalla desde la página oficial de la 21BAP.

Link: 21bienal.fundacionpaiz.org.gt/centro-cultural-casa-celeste-6a-avenida-a-10-51-zona-1/

4.6 Material de apoyo

Para la Bienal de Arte Paiz se genera una gran cantidad de material para publicidad y el público general. Por lo que fue atribuida una búsqueda de vectores para banderas del país de cada participante de la 21 Bienal y también la creación de códigos QR para cada participante, sede y páginas generales de la web. Estos materiales sirvieron de apoyo para el rápido acceso del público a información detallada de la Bienal.

Asimismo, se utilizó este material para rótulos y señaléticas colocadas en las sedes donde se encontraban las exposiciones de los participantes de la Bienal.

También se realizaron más de 40 *e-cards*, realizados en Adobe Photoshop bajo el diseño establecido por diseño gráfico. Este afiche debía contener información sobre las actividades de la 21 Bienal de Arte Paiz y las mismas imágenes autorizadas que se utilizaron en los eventos de Facebook. También se debían incluir los logos de la sede donde se llevaría a cabo dicha actividad, por lo que se brindó una base de datos con acceso para obtener los logos en el formato admisible para su edición en Photoshop.

Figura 15: E-card de conferencia (actividad de la 21BAP).
Fuente: E-card realizado para promoción en la web de la 21BAP.



4.7 Trabajo de Campo

En la 21 Bienal de Arte Paiz hubo participantes nacionales e internacionales, por lo que se debió asistir a distintos eventos de la Bienal en la Ciudad de Guatemala y en algunos departamentos, para documentar material para redes sociales y redacción de notas para el blog de la Bienal:

Se asistió a la inauguración del mural de los participantes de San Pedro la Laguna, Sololá y a documentar los murales en proceso de San Juan Comalapa, Chimaltenango. También se cubrió la inauguración de la 21 Bienal de Arte Paiz en Centro Cultural de España, la ceremonia artística comunitaria con el participante panameño Humberto Vélez en Sumpango, Sacatepéquez. Y la inauguración de las exposiciones en Antigua Guatemala de las guatemaltecas Diana de Solares (en Centro de Cooperación de la Formación Española) y Inés Verdugo (en Concepción 41).

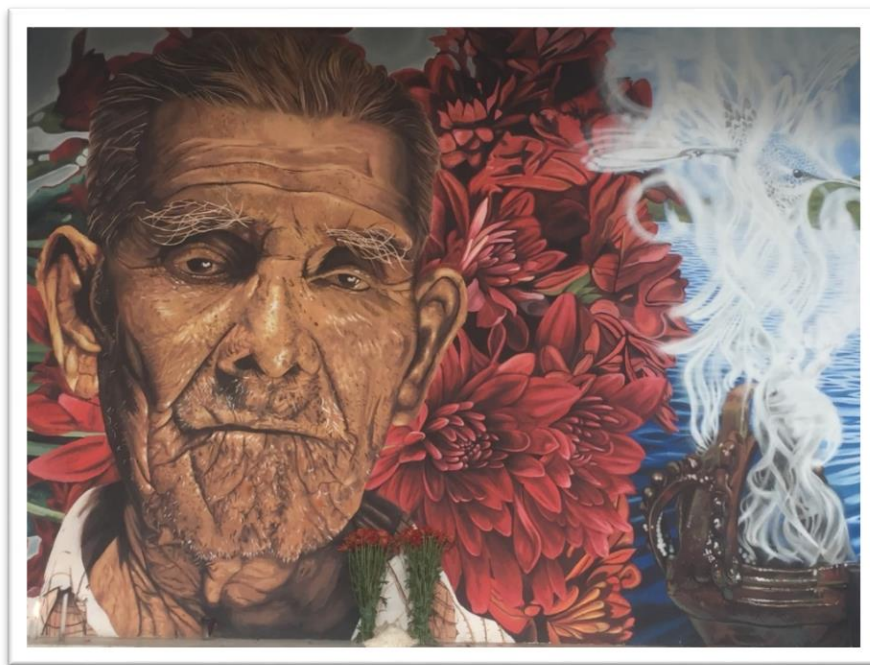


Figura 16: Inauguración de mural de héroes comunitarios, por Colectivo Canal Cultural en San Pedro La Laguna, Sololá (actividad de la 21BAP).

Fuente: Fotografía por Gabriela Carías para Fundación Paiz.

Por último, se cubrieron algunos eventos calendarizados de la 21 Bienal de Arte, también para redes sociales y redacción de notas para el blog. Todas estas actividades se realizaron entre semana y fin de semana.

Entre otras actividades, la practicante fue asignada para asistir a reuniones interinstitucionales, como a Mercy Corps, en representación del Departamento de Comunicación para presentar la propuesta de prevención de violencia enfocada en niños y jóvenes, llamada “Edupaz”, del Departamento de Educación de Fundación Paiz. Se dio una continuación a estas reuniones.

V. Reflexión sobre la experiencia

La Universidad Rafael Landívar prepara a sus alumnos para enfrentar situaciones en ámbitos laborales, donde se permite generar un criterio y aplicar todos los conocimientos adquiridos durante los cuatro años y medio de carrera. En esta última etapa para obtener la licenciatura, se evidencian las capacidades y conocimientos obtenidos por la alumna y la evaluación de su aprendizaje durante y después de la preparación académica.

Ciencias de la Comunicación es una carrera amplia, donde se imparten cursos de distintas ramas de la comunicación, principalmente comunicación social, periodismo, redacción, publicidad y producción audiovisual. Se incentiva al alumno a ser profesional en áreas prácticas y teóricas, más allá de los medios de comunicación como tal.

Cabe decir, que al ser una carrera que no enfoca al estudiante a trabajar en medios solamente, amplía nuevas oportunidades en instituciones o empresas con departamentos de comunicación. Un aspecto que se debe recalcar, es la oportunidad que se ofrece para iniciar un currículum laboral.

La oportunidad de realizar la Práctica Supervisada es la elección correcta para adquirir la experiencia como profesional, enfrentarse a diferentes criterios y metodologías de trabajo, donde no siempre se cumplirá la teoría aprendida y se establecerá la confianza de aportar ideas, aconsejar y formar planes estratégicos en un medio de comunicación o institución que lo necesite.

Fundación Paiz se caracteriza por su constante actividad en áreas culturales y artísticas, por lo que la generación y difusión de la imagen de dichos eventos depende del área de comunicación. Al haber realizado las prácticas supervisadas en el Departamento de Comunicación de Fundación

Paiz, se presenta una reflexión del desempeño de la practicante durante el periodo de tiempo establecido.

Esta experiencia favoreció a la practicante, tanto profesional como íntegramente, debido a las distintas competencias que fueron aplicadas durante el proceso. Se tuvo la oportunidad de escoger un sitio de Prácticas Supervisadas de interés para la alumna, debido a la inclinación y gusto por el arte y la cultura, lo que significó un ambiente laboral enriquecedor y agradable. Además, de ser la primera experiencia laboral.

Desde el primer día de prácticas, se percibió un ambiente cómodo y amigable, lo cual fue de apoyo para adaptarse rápidamente al sitio de trabajo. Al no conocer la metodología de trabajo de la Fundación, fue necesaria una contextualización de todas las actividades y la filosofía de la entidad, de manera que la practicante se familiarizara con los objetivos principales y se adaptara al ritmo de trabajo. Esto con el objetivo de que, al momento de realizar alguna tarea asignada, se sintiera parte de ello y se empeñara en llevar a cabo un buen trabajo.

Durante el proceso fue importante aplicar todos los conocimientos en distintas áreas de la comunicación, principalmente en redacción, diagramación y comunicación digital. La practicante demostró aptitudes en generación de contenido digital, por lo que la entidad decidió enfocar sus atribuciones en esos aspectos.

Sus destrezas mejoraron notablemente y se adquirieron nuevas capacidades para su desarrollo profesional y personal. También tuvo oportunidad de demostrar sus habilidades en redacción y generación de contenido y de reforzar otras habilidades como diseño/diagramación y comunicación interinstitucional. Al ser una Fundación, la comunicación institucional es parte

fundamental para su funcionamiento, por lo que es clave mencionar a Sayago (2009), quien afirma que las instituciones deben priorizar ésta área de comunicación para dinamizar sus procesos.

Además, se presentaron retos, como la administración de páginas web y redes sociales. Esto implicó una gran responsabilidad, debido a que la imagen de la entidad debía mantenerse y reforzarse constantemente. Le fueron otorgados Los lineamientos para todo el contenido a publicar, por lo que la alumna tuvo la libertad de generar contenidos sin dejar de ser guiada por sus supervisores.

La perspectiva de la alumna cambió al iniciar el proceso, puesto que, debido a su falta de experiencia, no esperó que se le atribuyeran tareas de mayor importancia. Sin embargo, debido al alto interés y disposición que demostró se le otorgaron atribuciones de gran responsabilidad, lo cual fue satisfactorio y oportuno para reforzar sus habilidades.

Un reto importante fue el de diseño de contenido para difusión en plataformas digitales. Al ser el diseño y diagramación un área que debía reforzarse. A pesar de que no hubo un involucramiento en todas las áreas de comunicación del Departamento (producción audiovisual, por ejemplo), se logró realizar diversas actividades que aportaron experiencias para la practicante.

Para comenzar el análisis, se establece un aspecto imprescindible que debe poseer todo comunicador: el hábito de lectura. Desde primer año de Comunicación, se incentiva al alumno a leer varios textos en todas las clases, incluyendo cursos prácticos. Aunque para algunos estudiantes sea una tarea tediosa, es un factor básico para ser profesional. En este caso, la alumna posee un hábito de lectura bastante activo, por lo que le facilitó en gran parte las tareas que debió llevar a cabo.

Además, ante cualquier atribución, sin importar el área de comunicación, el comunicador debe leer y comprender el texto que está trabajando. Si debe monitorear medios, redactar cualquier texto e inclusive editar videos.

Las primeras tareas asignadas fueron de búsqueda de medios de comunicación nacionales e internacionales. Esta tarea se llevó a cabo en dos días, debido a la extensa búsqueda que se debía realizar en la web. Se debió leer con gran atención las páginas web para recolectar la información que se necesitó para contactar a los medios.

De igual manera, al mantener un hábito de lectura activo se refuerza la redacción y ortografía del alumno. Una de las atribuciones más fuertes y constantes de la practicante fue el de la edición y redacción de contenido. La alumna ya poseía habilidad en ello, por lo que no fue una tarea pesada y fue un gran apoyo para agilizar la edición de textos para material de la Fundación.

Así como menciona Salazar (1999), un buen redactor debe mantener su escritura clara, concisa y sencilla, por lo que en el momento que a la practicante se le solicitó redactar comunicados de prensa para la Bienal de Arte Paiz o revisar contenidos de cualquier actividad, debió utilizar estos tres factores, tomando en cuenta los lineamientos de la Fundación y el público objetivo a quien se dirigía.

Los cursos que reforzaron hábitos de lectura y redacción fueron Géneros Periodísticos, Introducción y Métodos de Investigación, Redacción de Guiones Audiovisuales y Radiofónicos, Taller de Expresión Escrita, Relaciones Públicas, entre otros; todos estos cursos, aunque sean de distintas temáticas, buscan incentivar la lectura y la buena redacción del alumno, por lo que fueron un gran aporte para redactar correctamente, además de ayudar a filtrar la información previa a su publicación en medios de comunicación, plataformas digitales y publicidad.

Las clases de Introducción, Teorías y Críticas de la Comunicación y Comunicación Organizacional, aportaron no solamente conocimientos, sino tácticas y estrategias para el uso y difusión de información. También fueron una guía para que la alumna reconociera la importancia del diálogo dentro del área de trabajo, y cómo debe relacionarse con las personas dentro de una organización.

Por ello, también participó activamente en las reuniones que se realizaban semanalmente. En un principio se sintió intimidada (por ser principiante), pero se adaptó con rapidez y participó con aportes, ideas, opiniones e incluso soluciones sobre los planes estratégicos y problemáticas del momento. Las reuniones internas son indispensables para que los eventos se lleven a cabo con éxito.

Relaciones Públicas también fue una clase que apoyó a la comprensión y aplicación de estrategias para establecer alianzas estratégicas con proveedores y patrocinadores de Fundación Paiz. Además, que la teoría aprendida ayudó a comprender cómo se maneja una fundación y de qué manera se obtienen contactos para distintas necesidades.

Afirmando lo establecido por Sotelo (2001) sobre la necesidad de un profesional de relaciones públicas que dirija y supervise las actividades en función de la Fundación. También se relaciona con la gestión cultural que se realiza. Debido a que una fundación depende de los fondos que reciba para apoyar la causa que busca solucionar. Estos se obtienen por medio de las actividades que realiza, por lo que es importante fomentar al público su participación, además de establecer conexiones estratégicas y alianzas con otras empresas.

Fundación Paiz maneja sus plataformas digitales actualizando información según la actividad planificada. Sin embargo, se aprovechó la oportunidad de Prácticas y se le asignó a la alumna administrar sus redes sociales y expandirlas a públicos más juveniles.

El objetivo del *community management* fue que se lograra una mayor actividad en las redes sociales, que se expandiera la cantidad de seguidores y así la interacción aumentara conforme las visitas a las diferentes plataformas. Estos objetivos fueron cumplidos por la alumna, por lo que fue un gran aporte para Fundación Paiz.

Se aplicó la teoría de Lambrechts (2011, p.7), donde un *community manager* debe poseer “habilidades en redacción y herramientas analíticas para plantear estrategias digitales que funcionen para la empresa donde trabaja”. Por lo que se realizaron planes que favorecieran las necesidades de la Fundación.

Para lograr esta meta, fue necesario aplicar conocimientos de estrategias de comunicación digital. Por lo que clases como Producción Multimedia y cursos electivos como Nuevas Plataformas de Producción Audiovisual, apoyaron a la elaboración de planes estratégicos y social media para el uso de las redes sociales.

Además, la generación de contenido dinámico, atractivo y con la información acertada para las mismas fue adaptado con facilidad, debido a la experiencia de uso de estas plataformas, dando una mayor interacción para los seguidores e interesados.

Al inicio se publicó contenido formal, debido a que la entidad es seria. Sin embargo, se le incentivó a la practicante a utilizar lenguaje un poco más informal, con la finalidad de expandir el rango del público objetivo a uno más juvenil, sin dejar de lado al actual. Por otro lado, al poseer

libertad para realizar publicaciones hubo ocasiones en que se optó por no publicar o incluso eliminar determinados contenidos que podrían malinterpretarse.

Esto fue debido a que, en una ocasión, se malinterpretó una historia donde se demostraba un fragmento de una de las obras que se presentarían en la Bienal de Arte. Este caso fue aclarado y no hubo mayor problema con ello. Se le explicó a la alumna que, al ser las redes manejadas de una manera sobria por años, podría ser extravagante para el público mayor ver ese tipo de dinamismo.

Sin embargo, fue pauta para analizar aún más el contenido antes de publicarlo y continuar realizándolo de una manera fresca y atractiva, sin dar paso a malinterpretaciones al público. Cabe mencionar, que a la practicante constantemente se le enviaban fotografías y videos para publicar en el momento. Aunque este contenido estaba autorizado, siempre se aseguró de confirmar su autorización antes de publicarlo en redes sociales para evitar que en la interacción de los seguidores se generaran discusiones inapropiadas.

A pesar de ello, hubo ocasiones en que se generaron conflictos. Por ejemplo, un artista solicitó eliminar una publicación debido a que la fotografía mostraba parte de su obra en proceso. Esa fotografía se le fue enviada a la estudiante por uno de los curadores y era la imagen de una sede de la Bienal de Arte Paiz; se publicó con el fin de informar al público, por lo que la practicante solicitó apoyo para solucionar el malentendido.

Además de ello, la practicante fue responsable de responder todos los comentarios e inquietudes de los seguidores de redes sociales. Se les brindó información, se resolvió dudas y demás cuestiones. También hubo conflictos ocasionados por usuarios en las plataformas digitales (comentarios negativos), pero la alumna buscó apoyo para ello.

Otro ejemplo de ello, fue uno de los eventos de la Bienal de Arte Paiz, de una temática sobre el Conflicto Armado Interno. Al ser un tema controversial, debido a las diferentes posturas que se tienen aún dentro de la sociedad, se generaron más de 50 comentarios cuestionando e incluso atacando a la Fundación. Sin embargo, se le sugirió a la alumna no eliminarlos ni tampoco comentar ninguno que no solicitase información sobre el evento.

El uso de las múltiples redes sociales aportó gran apoyo a la Fundación y su difusión, cumpliendo lo que Gálvez (2015, p.31) menciona sobre la red social de Facebook y algunas sus atribuciones: Dirección de tráfico a la web (por medio de la frecuente promoción de la página de la Bienal de Arte y la oficial de la Fundación), gestión de la reputación de la entidad y su imagen, atención al cliente directa y rápida, viralización de mensajes, monitoreo y análisis de resultados, etc.

Además de los *giveaways* (concursos en redes sociales) realizados, los cuales fueron administrados por la alumna, al igual que la dinámica para llevarlos a cabo. Para este proceso se utilizaron conocimientos de redes sociales adquiridos por el alto uso de los mismos. Podría ser una importante estrategia a enseñar en cursos de medios digitales.

Clases como Lenguajes Web y Gestión de Proyectos Web fueron indispensables para administrar la página web de la Bienal. Gracias a los conocimientos de uso de Wordpress, se le facilitó a la alumna realizar cualquier tipo de cambio en la plataforma. También se le apoyó en el uso de otras herramientas que no conocía, lo cual mejoró su empeño en el uso de esta herramienta digital. Tareas como la actualización de información, fotografías, la generación de un calendario con actividades, entre otros, fueron realizados con éxito.

El material de apoyo que se realizó fue diseñado en Adobe Photoshop, los conocimientos básicos del uso de este programa fueron debido a las inducciones impartidas por el equipo del laboratorio de comunicación y a las clases de Diagramación e incluso Fotografía. A pesar de no poseer mayor habilidad con los programas de edición, se logró realizar los materiales necesarios para los eventos como la Bienal de Arte.

En cuanto al trabajo de campo, el uso del celular fue imprescindible para cubrir eventos en redes sociales. Incluso se utilizó dos dispositivos celulares por el alto uso de datos para internet, además del límite de la batería. Fue una experiencia gratificante el haber participado en varios eventos, no solamente en un ambiente laboral, sino también cultural.

Hubo pocas dificultades durante la experiencia, debido al continuo interés de la practicante por aprender cada proceso que se realiza en la Fundación, incluyendo a la disponibilidad de la institución para capacitar y otorgar explicaciones específicas a la alumna, guiándola y ofreciendo ayuda si lo necesitaba.

Los comunicadores suelen ser extrovertidos, sin embargo, no siempre es así. Para la practicante fue un verdadero reto establecer contacto con medios y proveedores para cubrir las necesidades de Fundación Paiz. Sin embargo, se le motivó contantemente a realizar este tipo de actividades para involucrarse más en el trabajo y mejorar sus relaciones interpersonales. Por lo que se le permitió realizar y contestar llamadas, realizar entrevistas, atender personas, solicitar información, entre otras.

La experiencia de trabajo en grupo durante la carrera resultó ser exhaustiva. Sin embargo, es importante, debido a que dentro del ámbito profesional es indispensable el trabajo colectivo para cubrir las necesidades de la empresa u organización.

La colaboración y disciplina fueron los valores más importantes para llevar a cabo el trabajo de cada evento planificado; principalmente la actitud de la alumna. Al aceptar las críticas constructivas y aprender de ellas, además de la disposición para realizar tareas, incluso en días de descanso. Lo cual rindió frutos, debido a las oportunidades laborales que se le ofrecieron al terminar el periodo de Prácticas Supervisadas.

VI. Conclusiones y recomendaciones

Con base en la experiencia y reflexión de Prácticas Profesionales se presentan conclusiones y recomendaciones en relación a las tareas realizadas en Fundación Paiz y los aportes que fueron otorgados durante este proceso profesional:

6.1 Conclusiones

- Se llevó a cabo una Práctica Supervisada satisfactoria, debido a la calidad profesional y preparación de la estudiante en el ámbito laboral. La actitud demostrada fue un valor imprescindible para lograr cumplir los objetivos de la Práctica.
- La experiencia fue gratificante en materia laboral y personal, debido a la alta disposición de la Fundación para que la alumna experimentara todas las actividades que se realizan durante el tiempo de su estadía.
- Al ser un ambiente agradable y relajado, se le brindó apoyo en cualquier situación y se le motivó diariamente. Se formaron lazos de amistad y confianza, lo cual fue un aspecto positivo.
- El personal de Fundación Paiz es capacitado y profesional, además de amigable, por lo se reforzaron los procesos de aprendizaje de comunicación.
- Se mostró un crecimiento notable en las relaciones interpersonales y en el desenvolvimiento personal de la practicante. Al ser un factor de debilidad, se reforzó por medio del contacto directo con personas externas e incluso personal interno.
- Se reforzó el área de diseño, ya que la estudiante posee pocos conocimientos de programas de diseño, por lo que haber realizado material diariamente ayudó a mejorar esta habilidad.

- Es importante la aplicación de la teoría en la práctica, debido a los conocimientos básicos para realizar cualquier tarea. Sin embargo, la práctica siempre presentará experiencias completamente distintas a lo que ofrece la teoría.
- Toda organización debe valerse por estrategias de comunicación. Tanto externa como interna, debido a que la planificación siempre aportará mejoras a la entidad y se evitarán problemáticas o crisis.
- La comunicación interna es imprescindible para llevar a cabo cualquier proceso laboral. El trabajo en equipo y la actitud de cada involucrado es clave para el éxito de cualquier actividad planteada.
- Se realizaron exitosamente los eventos planificados por la Fundación, además de cumplir los planes estratégicos para redes sociales y administración de plataformas digitales como tal.
- Se incorporó nuevos contenidos y material digital que otorgó un crecimiento notable y más movimiento de usuarios en redes.
- El uso de herramientas digitales es indispensable para el crecimiento de la organización, además de la constante actualización de sus plataformas.
- Se logró cubrir necesidades bajo presión, respetando lineamientos y realizando un trabajo a consciencia y con una actitud responsable y positiva.
- Se ofrecieron varias oportunidades laborales (plazas en áreas de comunicación) en la Fundación debido al buen desempeño, lo cual fue gratificante para la alumna, tanto para su currículum como para su realización personal.

6.2 Recomendaciones

A Fundación Paiz:

- Reestructurar el Departamento de Comunicación a manera de incrementar el número de personas en cada área. Esto para mejorar el rendimiento del Departamento para agilizar la producción de material y trabajo.
- Una inversión para el equipo de software y hardware. Debe tener las prestaciones y características adecuadas para programas de edición, básicos y accesorios, debido a que las computadoras constantemente se ven sin la capacidad necesaria para la carga de trabajo que requiere el Departamento.
- La asignación de una persona (preferiblemente especializada en comunicación) encargada de la comunicación interna. Que difunda las actualizaciones, noticias y necesidades que ocurren dentro de la Fundación. Con la finalidad de gestionar la información de una manera rápida y sencilla para mantener un ambiente laboral agradable y minimizar malentendidos.
- Evitar cambios en eventos/actividades para minimizar los cambios en materiales escritos visuales y audiovisuales (información, fechas, lugares, entre otros). Cada material producido conlleva un proceso que requiere tiempo, por lo que cada cambio significa una editar y prolongar el trabajo; además de una posible discusión con el público general por cambios de contenido.

A la Universidad Rafael Landívar:

- Se recomienda incentivar a los alumnos a expandir sus conocimientos y experiencias en áreas en las que no posean mayor habilidad. Un comunicador completo debe poseer habilidad y conocimiento en cualquier rama.

- Se recomienda ofrecer a los alumnos la elección de más clases que refuercen las ramas de la comunicación que les interesan. A manera de que exploten su potencial y mejoren su desarrollo profesional.
- También se recomienda capacitar al alumno a la vida laboral en su último año de carrera. Esto significa ofrecer conocimientos básicos de economía, salario, derechos e incluso oportunidades laborales en el país.
- A los alumnos se les recomienda buscar un sitio de prácticas que esté en disposición de permitirle experimentar varias ramas de la comunicación, donde sus tareas laborales sean diversas y experimente nuevas actividades.
- Mantener un hábito de lectura activo. Poseer un vocabulario extenso y una redacción impecable es indispensable para ser un profesional completo, principalmente para un comunicador. La lectura es una práctica que aporta esas habilidades, además de nuevos conocimientos.
- Se les recomienda mantener actitudes adecuadas y positivas en cualquier ambiente. Además de no subestimar sus habilidades, ni tampoco cerrarse a un área de comunicación solamente. La experiencia de Prácticas es una oportunidad para descubrir nuevos intereses.

VII. Referencias Bibliográficas

- Aballay, S., y Avendaño, M. (2010). *Gestión cultural: entre conceptos lejanos y realidades cercanas*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- AERCO y Territorio Creativo. (2009). *La función del community manager*. Recuperado de: <https://www.maestrosdelweb.com/images/2010/04/community-manager.pdf>
- Alles, M. (2014). *Social media y recursos humanos*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Granica.
- Arango-Forero, G. (2013). *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n3/v16n3a02.pdf>
- Bañuelos, J. (2007). *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*. Revista digital Razón y Palabra, p.4. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/varia/jbanuelos.pdf>
- Caridad, B., López I., Sánchez A., y Armenteros, I. (2011). *Redacción y edición de documentos*. Recuperado de: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bmn/redaccion_edicion_completo.pdf
- Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional: técnicas y estrategias*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cisneros, J. (2006). *El concepto de la comunicación: el cristal con que se mira*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>

- Com, S., Ackerman, S. E., y Morel, M. P. (2011). *Introducción a la comunicación*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Costa, C. (2013). *Estrategias de comunicación multimedia*. Barcelona, España. Editorial UOC.
- Díaz, P. (2014). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Escudero, M. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid, España. Editorial Editex.
- Fresno, M. (2012). *El consumidor social: reputación online y 'social media'*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Fundación Paiz. (2015). *Términos de Referencia “Contratación de un consultor/a para la elaboración de un plan de sostenibilidad del Programa Acción Joven”*. Recuperado de: <https://fundacionpaiz.org.gt/wp-content/uploads/2015/02/TDR-plan-de-sostenibilidad.pdf>
- Fundación Paiz. (S.f.). *Fundación Paiz para la Educación y la Cultura*. Recuperado de: <https://fundacionpaiz.org.gt/>
- Fundación Rozas Botrán. (S.f.). *Fundación Rozas Botrán*. Recuperado de: <http://fundacionrozasbotran.org/>
- Gabelas, J. y Marta-Lazo, C. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado en el factor relacional*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- García, D. (2013). *Plan de comunicación externa para el posicionamiento de fundación Enactus Guatemala* (tesis de maestría en Comunicación Estratégica e Imagen Institucional). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

- Gálvez, C. (2015). *Facebook para empresas y emprendedores*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com>
- García, D. (2015). *Política y gestión cultural*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- García-Gordillo, M., Ramos, S., y Fernández, G. (2017). *Manual de uso y estilo de redes sociales de la Universidad de Sevilla*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Lambrechts, D. (2011). *Guía Community Manager*. Recuperado de:
<https://www.antoniovchanal.com/wp-content/uploads/2012/09/Community-Manager-Maestros-del-Web.pdf>
- López, R. (2006). *Crítica de la teoría de la información. Integración y fragmentación en el estudio de la comunicación*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Martínez, C. (2012). *La comunicación en la empresa*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com>
- Mosquera, G. (2018). *Proyecto XXI Bienal Paiz Más allá*. Recuperado de:
<http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/21-bienal-paiz-mas-alla/>
- Pellerey, R. (2015). *Comunicación: historia, usos e interpretaciones*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com>
- Román, O. (2015). *La comunicación digital en las universidades públicas: el portal web de la UNMSM* (tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Ruiz, M. (2013). *Community Manager: una profesión emergente* (tesis para máster en Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas). Universidad Politécnica de

Cartagena, Colombia. Recuperado de:

<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/3391/tfm223.pdf?sequence=1>

Salazar, A. (1999). *La redacción: concepto, características, sus fases* (ensayo del Concurso de Oposición para la plaza de Profesor Asociado). Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México D.F. Recuperado de:

http://www.posgrado.unam.mx/arquitectura/aspirantes/La_Redaccion.pdf

Sayago, L. (2009). *Investigación en comunicación organizacional*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com>

Solórzano, P. (2006). *Planeación y desarrollo de web site*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com>

Sotelo, C. (2001). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona, España. Editorial Ariel.

Xifra, T. (2010). *Relaciones públicas, empresa y sociedad: una aproximación ética*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>

Zubiría, S., Abello, T., y Tabares, M. (2005). *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>

VIII. Anexos

Anexo 1:

Carta de compromiso



CARTA DE COMPROMISO PARA REALIZACIÓN DE PRÁCTICA SUPERVISADA DE ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

En la Ciudad de Guatemala, a los 30 días del mes de abril del año dos mil dieciocho, nosotros: en nombre del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades de la **Universidad Rafael Landívar -URL- y Fundación Paiz para la Educación y la Cultura**, firmamos esta Carta de Compromiso para desarrollar un proceso conjunto de formación de estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

El objetivo de la Práctica Supervisada es que la estudiante interrelacione los aspectos teóricos aprendidos durante la carrera con la experiencia práctica, insertándose en un ambiente análogo al campo laboral de la comunicación, en condiciones similares a los del grupo de personas que ya están trabajando en la entidad.

El período de práctica consta de **450 horas** que deberá cubrirse en jornada a tiempo completo (8 horas diarias, 40 a la semana). La contabilización de horas deberá iniciar el **4 de junio** y culminar el **31 de agosto** del año en curso o hasta haberse cumplido la totalidad de horas antes indicadas.

De acuerdo con estas primeras disposiciones, las partes proceden a comprometerse de buena voluntad en los siguientes puntos:

En representación de **Fundación Paiz para la Educación y la Cultura**, yo, **Priscila Ávila de Martínez**, Unidad Administrativa, Recursos Humanos, me comprometo a:

Primero: proporcionar un espacio a la estudiante **Gabriela Mercedes Carías Balañá**, carné **1201014**, con las condiciones laborales adecuadas para que el proceso de aprendizaje sea lo más óptimo posible, considerando que la practicante desarrollará su trabajo como si fuera una colaboradora más.

Segundo: ser el canal de comunicación con el estudiante-practicante, o bien, designar a un intermediario para el efecto.

Tercero: garantizar la supervisión y el acompañamiento de todo el proceso de práctica, lo que implica ofrecer tiempo para supervisar y enseñar a la practicante, actividad que puede ser desarrollada por la persona responsable designada anteriormente, quien deberá mantenerme informado de los avances y/o dificultades que se registren.

Cuarto: a no propiciar que la estudiante-practicante realice trabajos o labores que no sean atinentes a la comunicación o relacionados con su carrera profesional.

Quinto: brindar la correspondiente retroalimentación que requiera la URL, así como firmar los formatos de control de asistencia semanal de la practicante o, bien, delegar esa función en la persona designada.

Sexto: brindar un informe final de la estudiante-practicante, de carácter confidencial, lo más apegado a la realidad de la práctica y a la ética profesional.

Séptimo: no otorgar ningún pago a la practicante por la labor desempeñada en la institución que represento.

En base a estos puntos la **Mgtr. Miriam Madrid**, en calidad de Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación, se compromete a:

Primero: velar porque se cumplan los objetivos de esta formación complementaria, en el marco del curso Práctica Supervisada.

Segundo: designar a la docente **Mgtr. Alejandra Samayoa**, para que realice un monitoreo semanal del cumplimiento del plan de trabajo propuesto y evaluar en forma constante el ejercicio de la práctica profesional. Asimismo será quien deberá velar porque la estudiante-practicante realice un trabajo de calidad, apegado a la ética y cumpliendo las normas de la entidad.

Tercero: delegar a la Coordinadora de Práctica Supervisada, **Mgtr. Leonor González** para acompañar el proceso de supervisión cuando este se trate de aspectos administrativos o de asuntos susceptibles relacionados a la experiencia.

Por tanto, yo, **Gabriela Mercedes Carías Balaña**, carné **1201014**, estudiante de quinto año de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, me comprometo a:

Primero: cumplir todas las normativas, sugerencias y observaciones que reciba de la Coordinadora de Práctica Supervisada, de los Docentes del curso, así como los responsables en la entidad que me brinda la oportunidad de realizar la Práctica Profesional.

Segundo: cumplir con los horarios establecidos, trabajar con responsabilidad ética, moral y social, así como velar por mi seguridad personal, no cometiendo actos temerarios o imprudencias de ningún tipo.

Tercero: acatar las indicaciones que me brinden los responsables de la entidad, en la medida que estos me permitan crecer en experiencia profesional y se conviertan en un enriquecimiento personal.

Cuarto: Dar lo mejor de mis capacidades creativas; actuando con seriedad y fundamentando todo mi desempeño, en los conocimientos que he adquirido en la carrera de Ciencias de la Comunicación.



Lcda. Priscila Ávila Martínez

Unidad Administrativa Recursos Humanos
Fundación Paiz para la Educación y la Cultura

Mgtr. Alejandra Samayoa

Docente

Mgtr. Miriam Madrid

Directora

Depto. de Ciencias de la Comunicación



Gabriela Mercedes Carías Balaña

Estudiante Carné 1201014

La presente carta compromiso, no constituye un documento de carácter legal, sino un acuerdo de buena voluntad entre las partes.

Anexo 2:

Carta de agradecimiento



Facultad de Humanidades
Depto. de Ciencias de la Comunicación
Vista Hermosa III, Zona 15,
Guatemala, 01016
PBX 2426-2626 Ext.2442

Guatemala, 20 de agosto de 2018

Licenciada
Priscila Ávila de Martínez
Unidad Administrativa, Recursos Humanos
Fundación Paiz para la Educación y la Cultura

Estimada Licda. Ávila de Martínez:

Reciba un cordial saludo de parte del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar y nuestros mejores deseos en el desempeño de sus actividades.

Como es de su conocimiento, la realización de prácticas profesionales por parte de los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación constituye un proceso esencial en la culminación de su formación universitaria al permitirles tener un acercamiento real al entorno profesional del que próximamente serán parte.

Debido a ello, agradezco a **Fundación Paiz para la Educación y la Cultura** y, especialmente a su persona, por la valiosa contribución y apoyo a esta labor educativa, al permitirle **Gabriela Mercedes Carias Balañá**, realizar la experiencia de Práctica Supervisada en su organización; de igual manera, por el tiempo y acompañamiento brindado durante todo el proceso.

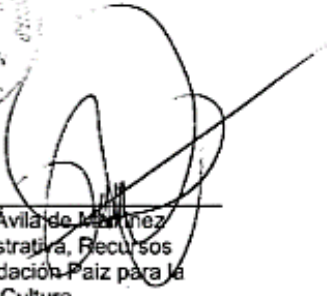
El siguiente paso para la estudiante Carias Balañá, es realizar una sistematización de la experiencia de práctica, la cual quedará plasmada en el Trabajo de Grado y disponible para consulta a través de la red de bibliotecas de la Universidad Rafael Landívar.

Esperamos continuar con este tipo de experiencias de mutuo beneficio, que contribuyen a fortalecer el trabajo en conjunto.

Sin otro particular, atentamente,


Mgtr. Miriam Madrid
Directora
Depto. de Ciencias de la Comunicación
Universidad Rafael Landívar



Recibido: 
Licda. Priscila Ávila de Martínez
Unidad Administrativa, Recursos
Humanos, Fundación Paiz para la
Educación y la Cultura

Anexo 3:

Plan de Práctica



Departamento de Ciencias de la Comunicación
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar

PLAN DE PRÁCTICA

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Gabriela Mercedes Carías Balaña		
Carnet: 1201014	email: gaby.carias@gmail.com	Celular: 5565-6744
Fecha de inicio y culminación de la práctica: 4 de junio al 31 de agosto de 2018		

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización: Fundación Paiz		
Dirección física: 11 Avenida 33-32 zona 5, Ciudad de Guatemala.		
Sitio web: http://fundacionpaiz.org.gt/		
Nombre de la persona responsable: Priscila Ávila		
Cargo: Recursos Humanos		
email: priscila.avila@fundacionpaiz.org.gt	Tel 1: 2464 4545 Ext. 4561	Tel 2:

DATOS DEL JEFE INMEDIATO

Nombre: Lourdes Alvarez		
Cargo: Encargada de Difusión y Comunicación del departamento.		
Email: Lourdes.alvarez@fundacionpaiz.org.gt	Tel 1: 2464 4545	Tel 2:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

La fundación no cuenta con un director de comunicación, por lo que la Directora Ejecutiva Itziar Sagone, está a cargo del departamento. El contacto directo para prácticas supervisadas es Priscila Ávila, de Recursos Humanos.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Explicar brevemente (2,000 caracteres con espacios máximo) a qué se dedica la organización, su visión y misión, y definir su presencia geográfica.

Fundación Paiz para la Educación y la Cultura es una organización sin fines de lucro, comprometida con el desarrollo y la transformación de la sociedad guatemalteca. Fue creada hace cuatro décadas como organización de responsabilidad social empresarial, actualmente es una entidad netamente de carácter familiar. Desde su creación, desarrolla su trabajo a través de programas educativos, culturales y artísticos.

Estos programas unen la voz del artista, de las distintas comunidades y de las miles de personas que se acercan a compartir experiencias extraordinarias.

Únicas e inspiradoras, estas experiencias conjuntas celebran nuestra humanidad, creando así una "comunidad entre comunidades" que apadrina el aprendizaje.

Visión:

Invertir en el futuro de la niñez y juventud vulnerable a través de programas integrales y multidisciplinarios en arte y educación para mejorar su calidad de vida e impactar a la comunidad a nivel nacional.

Misión:

Fundación Paiz está dedicada a reforzar y mejorar el sistema educativo actual con programas multidisciplinarios en arte y cultura, becas y educación para educadores.

Presencia Geográfica:

Se enfoca en la sociedad guatemalteca. La Fundación está comprometida en crear el acceso a niños y adultos del país de diferentes culturas y condiciones económicas, a programas de arte y educación, incluyendo artistas nacionales e internacionales, y experiencias culturales que celebran la identidad y herencia de Guatemala.

Referencias bibliográficas:

-Directorio de Guatemala. (S.f.). *Fundación Paiz*. Recuperado de:

<https://directorio.guatemala.com/listado/fundacion-paiz.html>

-Página Oficial de la Fundación Paiz para la Educación y Cultura. *Fundación Paiz* Recuperado de: <https://fundacionpaiz.org/>

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA LABOR DEL ESTUDIANTE

Asistente de redacción de contenido, producción audiovisual y de coordinación de proyectos del Departamento de Comunicación de la Fundación.

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE FUNCIONES

Numerar y describir detalladamente cada una de las funciones que tendrá dentro de la organización.

1. Apoyo en redacción y edición de contenido.
2. Producción audiovisual sobre contenidos de la fundación.
3. Apoyo en relaciones interinstitucionales (RRPP).
4. Todas las atribuciones que puedan ser otorgadas por el área de comunicación. Negociación con medios de comunicación, negociación con proveedores, monitoreo de medios.

APRENDIZAJE A OBTENER A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA

Enumerar y describir el aprendizaje a desarrollar por medio de las funciones adjudicadas dentro de la organización.

- Conocimientos sobre el manejo interno de la comunicación de una institución de gran trayectoria.
- Adquirir nuevas habilidades en las distintas áreas de la comunicación de una entidad (producción, RRPP, manejos de contenido, etc.).
- Trabajar organizadamente bajo los distintos reglamentos y lineamientos de la entidad.
- Reforzar conocimientos sobre la comunicación en las entidades guatemaltecas.
- Adquirir conocimientos sobre organización y logística de eventos de la fundación.

HORARIOS

Desglose los horarios en los que estará realizando la Práctica Supervisada.

Lunes - 9:00 a.m. a 5:00 p.m.
Martes - 9:00 a.m. a 5:00 p.m.
Miércoles - 9:00 a.m. a 5:00 p.m.
Jueves - 9:00 a.m. a 5:00 p.m.
Viernes - 9:00 a.m. a 4:00 p.m.

CRONOGRAMA

Desarrolle una propuesta de cronograma de actividades para las 11 semanas de Práctica.

Este es un ejemplo, puede elaborarlo en el formato que mejor se adapte a las actividades que realizará.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Semana 1	4 junio	5 junio	6 junio	7 junio	8 junio
	Inicio práctica, reconocimiento de atribuciones.		Redacción de contenidos		Edición y edición de contenidos

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Semana 2	11 junio	12 junio	13 junio	14 junio	15 junio
	Redacción de contenidos			Edición y corrección de textos	

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
--	-------	--------	-----------	--------	---------

Semana 3	18 junio	19 junio	20 junio	21 junio	22 junio
	Producción audiovisual			Edición de contenidos	

Semana 4	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	25 junio	26 junio	27 junio	28	29 junio
	Apoyo en RRPP		Negociación con medios de comunicación		

Semana 5	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	2 julio	3 julio	4 julio	5 julio	6 julio
	Apoyo en diseño de estrategias de comunicación		Aplicación estrategias de comunicación		

Semana 6	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	9 julio	10 julio	11 julio	12 julio	13 julio
	Monitoreo de medios			Archivo de materiales	

Semana 7	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	16 julio	17 julio	18 julio	19 julio	20 julio
	Diseño y coordinación de proyectos literarios			Archivo de materiales	

Semana 8	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	23 julio	24 julio	25 julio	26 julio	27 julio
	Redacción de contenidos		Revisión y corrección de textos		

Semana 9	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	30 julio	31 julio	1 agosto	2 agosto	3 agosto
	Apoyo en RRPP			Negociación con medios de comunicación	

Semana 10	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	6 agosto	7 agosto	8 agosto	9 agosto	10 agosto
	Apoyo en proyectos literarios			Archivo de materiales	

Semana 11	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
	13 agosto	14 agosto	15 agosto	16 agosto	17 agosto
	Producción Audiovisual			Revisión de contenidos	

Anexo 4:

Informes semanales

Ejemplo Informe:


REPORTE SEMANAL DEL ESTUDIANTE

Estudiante: Gabriela Mercedes Carías Balañá	Carnet: 1201014
Organización: Fundación Paiz	
Sección: 2	Profesor: Lcda. Alejandra Samayoa Ochoa

Semana del 23 al 27 de Julio de 2018	Tutor responsable: Lourdes Álvarez (Encargada de Difusión y Comunicación del departamento)
Área o departamento: Departamento de Comunicación	

Día Fecha	Descripción de la actividad realizada	Orientaciones recibidas	Dificultades en la realización y/o observaciones
LUNES 23 de julio	<ul style="list-style-type: none">- Realicé un informe con las estadísticas semanales de las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).- Publiqué historias en Instagram y Facebook sobre artistas de la 21 Bienal y demás actividades.- Publiqué tuits sobre artistas e información sobre la Bienal.- Realicé eventos en Facebook de talleres en agosto de artistas de la Bienal.- Realicé un texto con información específica sobre la Bienal, para una revista llamada Universes in Universe.- Reunión del Departamento de Educación con aliados para abordar temas sobre becas, iniciativas y campañas.		
MARTES 24 de julio	<ul style="list-style-type: none">- Publiqué un flyer de un taller sobre condimentos artesanales.- Publiqué un post sobre una de las sedes de la Bienal.- Publiqué en Facebook, Twitter e historias de Instagram la nota de Prensa Libre sobre la exposición de uno de los artistas (Jorge de León con su exposición Construcción/Destrucción) participantes de la Bienal.		

	<ul style="list-style-type: none"> - Publiqué información sobre la entrevista de Guatevisión sobre la fiesta de marimba bailable "Recordando al Club El Gallito". - Publiqué en Twitter una invitación a leer la nueva entrada del blog de la página de la 21BAP. 		
MIÉRCOLES 25 de julio	<ul style="list-style-type: none"> - Publiqué un post en Instagram sobre un artista de la Bienal. - Publiqué una historia invitando a darle like y leer el post de Instagram. - Publiqué un tuit con información de una artista de la 12BAP. - Publiqué un tuit sobre la nueva entrada del blog de la página de la 21BAP. - Reunión organización y logística de la fiesta de marimba bailable "Recordando al Club El Gallito" (este domingo 29). - Publiqué en Facebook información sobre un artista de la 21BAP. - Actualicé y corregí el contenido de las 19 sedes de la página oficial de la 21BAP (información general, contactos, página web y redes sociales). 		
JUEVES 26 de julio	<ul style="list-style-type: none"> - Publiqué una historia en Instagram sobre la nueva entrada del blog de la página de la 21BAP. - Publiqué una historia en Instagram sobre la nueva entrada del blog de la página de la 21BAP. - Publiqué un post en Facebook sobre una sede de la Bienal. - Hice eventos en Facebook de los talleres que se llevarán a cabo de la Bienal. - Publiqué un tuit con la nueva promoción de la fiesta de marimba bailable "Recordando al Club El Gallito". - Publiqué una historia en Instagram promocionando la fiesta de marimba bailable "Recordando al Club El Gallito". 		- Debido a que el calendario de actividades está actualizándose constantemente, debo corregir eventos y contenido.
VIERNES 27 de julio	<ul style="list-style-type: none"> - Publiqué información sobre la nota de El Periódico de la exposición Destrucción/Construcción de Jorge de León en Facebook y Twitter, - Publiqué el proceso de la obra de un artista de la Bienal (Tercerunquinto) en Twitter e historias de Instagram. - Redacté una matriz con la información de los eventos (talleres, charlas, exposiciones, performances, etc.) de la 21 Bienal. - Publiqué los e-cards de los primeros eventos de la Bienal en las tres redes sociales. 		

x 
Firma de la encargada


x 
Firma del alumno


x 
Firma del profesor

HORAS ACUMULADAS PRÁCTICAS SUPERVISADAS

Fecha	Horas Acumuladas
23 julio a 27 de julio	274 + 4(8) + 1(7) = 313

x 
Firma de la encargada

x 
Firma del alumno

x 
Firma del profesor

Ejemplo Informe:

REPORTE SEMANAL DEL ESTUDIANTE

Estudiante: Gabriela Mercedes Carías Balañá	Carnet: 1201014
Organización: Fundación Paiz	
Sección: 2	Profesor: Lcda. Alejandra Samayoa Ochoa

Semana del 6 al 10 de agosto de 2018	Tutor responsable: Lourdes Álvarez (Encargada de Difusión y Comunicación del departamento)
Área o departamento: Departamento de Comunicación	

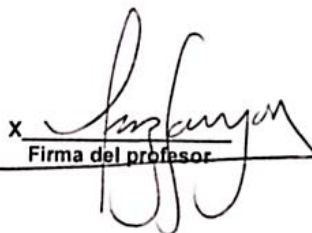
Día Fecha	Descripción de la actividad realizada	Orientaciones recibidas	Dificultades en la realización y/o observaciones
LUNES 6 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> -Publiqué invitación a inauguración del mural del taller de Ricardo Lanzarini, de la Bienal, en Twitter, Facebook e Instagram. -Publiqué un post en Instagram sobre un artista internacional de la 21 Bienal. -Publiqué actividades del voluntariado de la 21BAP en Twitter. -Realicé el informe semanal de las tres redes sociales. -Reunión de la Bienal (logística, qué es, actividades, etc.). -Actualicé el calendario de la 21BAP en el sitio web y en los eventos de Facebook. -Actualicé la lista de artistas en sedes de la 21BAP en el sitio web. -Realicé posts para el blog del sitio web sobre las actividades que se están desarrollando de la Bienal. -Publiqué historias en Instagram sobre los avances de obra de artistas de la Bienal. 		
MARTES 7 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> -Promocioné la nueva entrada del blog del sitio web en Twitter. -Edité el orden de las sedes en el sitio web (orden alfabético). -Publiqué información y fotografías sobre el taller y clausura de Alberto López Cuenca (artista 21BAP). 	-Las sedes han cambiado debido a distintas	

	<ul style="list-style-type: none"> -Edité los horarios de atención de todas las sedes del sitio web. -Actualicé el sitio web y eventos de Facebook debido a cambios de contenido de las actividades de la 21BAP. -Publiqué links del canal de Youtube de la Fundación en Facebook y Twitter, para invitar al público a ver el taller grabado de López Cuenca. -Realicé en Photoshop e-cards de las actividades de la 21BAP, para promocionarlas. 	razones, por lo que debo actualizar constantemente el sitio web y Facebook. -Se me indicó cómo realizar los e-cards, bajo una línea gráfica.	
MIÉRCOLES 8 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> -Promocioné en Facebook, Twitter e Instagram la inauguración del mural del taller de Ricardo Lanzarini. -Realicé una publicación en Facebook, Twitter e Instagram invitando al público a escuchar "Bienal Radio", programa de la 21BAP en Radio Infinita. -Promocioné una charla de Alberto López Cuenca en Twitter. -Actualicé artistas en sedes, fotografías y contenido de la 21BAP en el sitio web y eventos de Facebook. -Tuve una reunión con el web master sobre el manejo de redes sociales y sitio web (para programar y organizar los eventos de la 21BAP que deben cubrirse). -Continué realizando e-cards de las actividades de la 21BAP, para promocionarlas. -Realicé un post con el calendario semanal (8 al 12 de agosto) con actividades de la 21BAP. 	- Cubriré el conversatorio entre artistas y curadora de la 21BAP, el sábado (para redes sociales).	
JUEVES 9 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> - Promocioné la repetición del programa "Bienal Radio" en Radio Faro Cultural en Instagram, Facebook y Twitter. - Revisé el contenido de los calendarios semanales de la 21BAP. - Publiqué historias sobre el taller de Hierbas Ancestrales de la Fundación. - Publiqué un recordatorio sobre la actividad del Colectivo H.I.J.O.S. de la 21BAP en Twitter, Facebook e Instagram. - Cubrí la inauguración del mural del taller de Ricardo Lanzarini en la Fundación. -Publiqué fotografías sobre la entrevista a Alexia Miranda, participante de la 21BAP en las historias de Instagram. - Publiqué los e-cards de las actividades próximas de la 21BAP. -Publiqué un e-card sobre las visitas guiadas a las sedes de la 21BAP. 		

VIERNES 10 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> - Realicé un post con el calendario semanal (13 al 19 de agosto) con actividades de la 21BAP. -Publiqué fotografías de la inauguración del mural de Lanzarini en Instagram. -Programé posts en Facebook para el sábado sobre Bienal Radio y actividades de la 21BAP. -Actualicé fotografías de una sede de la Bienal en Facebook y el sitio web. -Publiqué los e-cards de las actividades del fin de semana de la 21BAP en las tres redes sociales. -Publiqué un e-card sobre visitas a sedes especializadas para colegios y otros, de la 21BAP. -Continué realizando e-cards de las actividades futuras de la 21BAP, para la siguiente semana. 	- Debo publicar las actividades de la 21BAP de todos los días, incluyendo fines de semana.	
-------------------------	---	--	--

x 
Firma de la encargada

x 
Firma del alumno

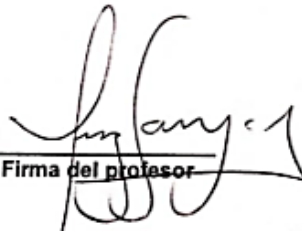
x 
Firma del profesor

HORAS ACUMULADAS PRÁCTICAS SUPERVISADAS

Fecha	Horas Acumuladas
6 al 10 de agosto	$352 + 4(8) + 1(7) = 391$


x _____
Firma de la encargada

x  _____
Firma del alumno

x  _____
Firma del profesor

Anexo 5:

Fotografía de conversatorio entre participantes de la 21 Bienal de Arte Paiz, en Museo de Historia de Guatemala.

Fuente: Fotografía por Gabriela Carías para redes sociales.



Anexo 6:

Fotografía de Gabriela Carías con la participante salvadoreña de la 21 Bienal de Arte Paiz, Alexia Miranda.

Fuente: Fotografía por Ximena Franco, Fundación Paiz.



Anexo 7:

Fotografía de Gabriela Carías con el participante uruguayo de la 21 Bienal de Arte Paiz, Ricardo Lanzarini.

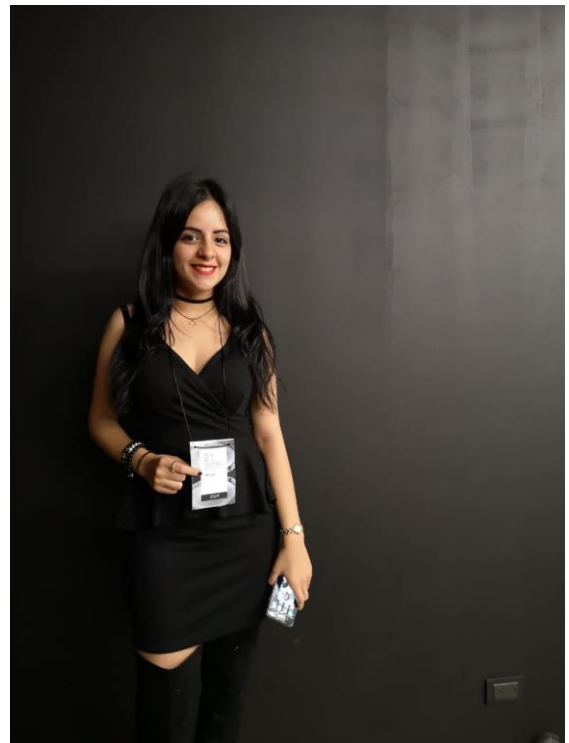
Fuente: Fotografía por Ximena Franco, Fundación Paiz.



Anexo 8:

Fotografía de Gabriela Carías en inauguración de 21 Bienal de Arte Paiz.

Fuente: Fotografía por Kevin Figueroa.



Anexo 9:

Fotografía de Gabriela Carías en Sumpango, durante actividades de la 21 Biena de Arte Paiz.

Fuente: Fotografía por Lourdes Álvarez, Fundación Paiz.



Anexo 10:

Fotografía de Gabriela Carías en sitio de trabajo, Fundación Paiz.

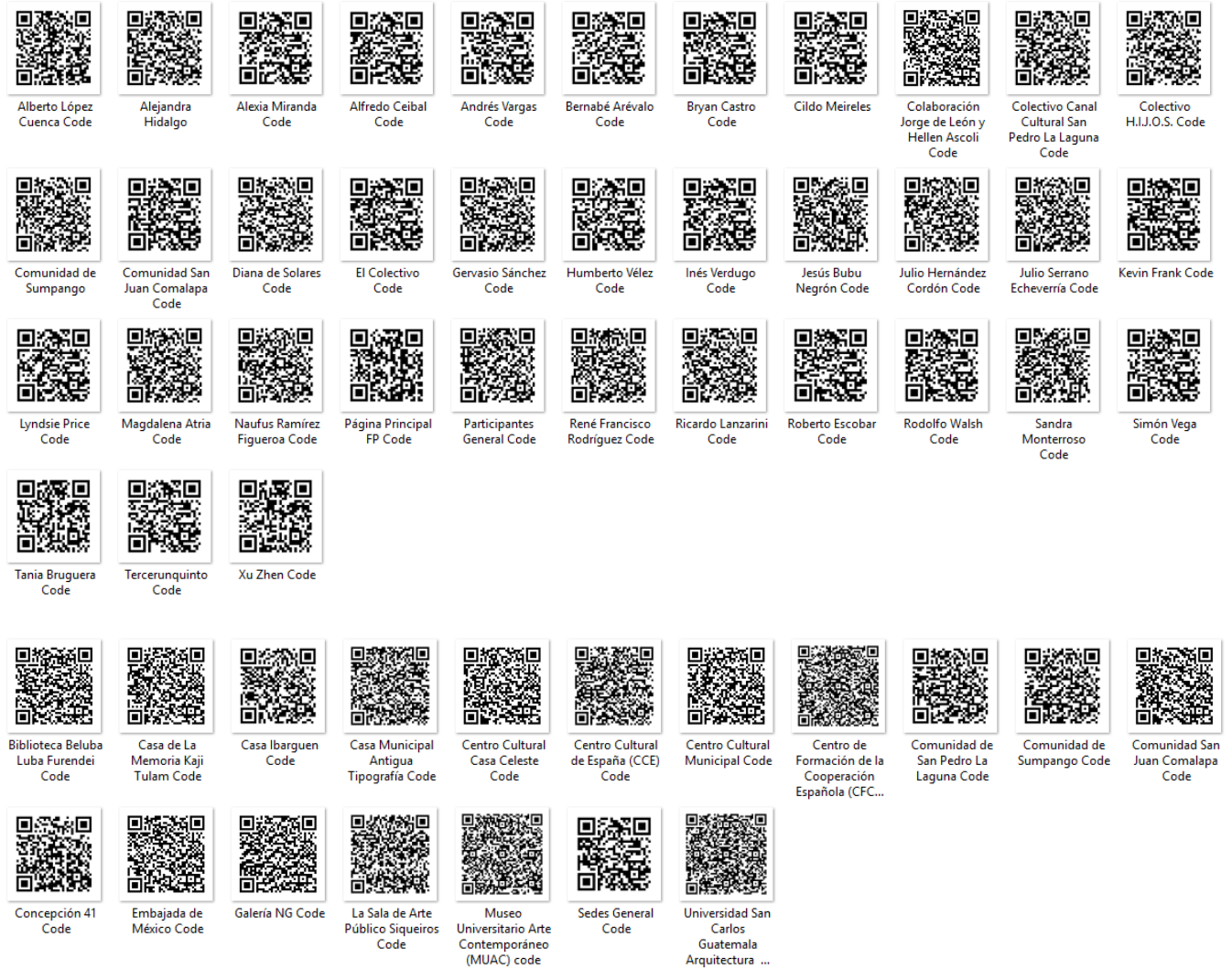
Fuente: Fotografía por Ximena Franco, Fundación Paiz.



Anexo 11:

Códigos QR generados para página web de la 21 Bienal de Arte Paiz.

Fuente: Captura de pantalla de archivos para Fundación Paiz.



Anexo 12:

Informe de estadísticas semanales de Facebook, Twitter e Instagram.

Fuente: Captura de pantalla de archivo para Fundación Paiz.

Estadísticas GRUPO DE FACEBOOK



TWITTER



INSTAGRAM

1,403 seguidores



Anexo 13:

Archivo con información adaptada para redes sociales de Fundación Paiz.

Fuente: Captura de pantalla de archivo.

RENE FRANCISCO
RODRÍGUEZ

[Cuba] 1960

Estudió arte en La Habana, ha participado en residencias artísticas en Alemania (Ludwig Forum) egresado del Instituto Superior de Arte (1982). Ha desarrollado una relevante carrera artística, que le valió el Premio Nacional de Artes Plásticas (2010) y la participación en diferentes bienales internacionales (La Habana, Sao Paulo y Venecia). Su obra ha sido expuesta en numerosas galerías, museos y centros de arte del mundo. Creó el programa para la enseñanza artística cubana: Desde una Pragmática Pedagógica (1988), que ha obtenido notables logros en el ámbito educativo. Durante la séptima Bienal de La Habana su proyecto Galería DUPP, recibió el Premio UNESCO para la enseñanza artística. Fue distinguido con un Doctorado Honorario del San Francisco Art Institute (California, EEUU, 2001). Desde 1990, ha ejercido su labor curatorial de manera colectiva, con sus estudiantes, en cada una de las cuatro ediciones de DUPP.

René Francisco Rodríguez (Cuba, 1960)

Estudió arte en La Habana y ha desarrollado una relevante carrera artística. Ganador del Premio Nacional de Artes Plásticas (2010), ha participado en varias bienales internacionales.

Para más información sobre este artista: <http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/rene-francisco-rodriguez/>

JULIO
SERRANO ECHEVERRÍA

[Quetzaltenango] 1983

Poeta y artista multidisciplinario. Estudió Literatura en la Universidad de San Carlos de Guatemala, también cuenta con formación en cine y artes visuales. Ha sido becario de la Fundación Carolina en España, de la Residencia para Artistas de Iberoamérica FONCA-AECID en México y de la Fundación Yaxs en Guatemala.

Ha publicado varios libros de poesía, crónica y literatura infantil. Además publica periódicamente ensayos, crónicas y opinión en medios de la región. Como realizador audiovisual ha trabajado en diversos registros entre el documental periodístico, el cine ensayo, la ficción y el video arte; algunos de estos trabajos han participado en espacios expositivos y festivales audiovisuales. Actualmente, trabaja en su primer largometraje documental *El envoltorio sagrado*. Es fundador y coordinador creativo de Agencia Ooote, un proyecto interdisciplinario de interpretación de la realidad.

Julio Serrano Echeverría (Quetzaltenango, 1983)

Para más información sobre este artista: <http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/julio-serrano-echeverria/>

COMUNIDAD
SAN JUAN COMALAPA

[Chimaltenango]

En los últimos años, el colectivo Kamín y artista contemporáneos han hecho de San Juan Comalapa, municipio del departamento de Chimaltenango, un centro de arte, que es vital conocer. El nombre del municipio en idioma k'aqchik' significa: "sobre el conchal o tierra de conales" y alberga en su territorio una gran historia de pintura y muralismo.

Comunidad San Juan Comalapa (Chimaltenango, Guatemala)

El colectivo Kamín y artista contemporáneos han hecho de San Juan Comalapa, municipio del departamento de Chimaltenango, un centro de arte.

Para más información sobre estos artistas: <http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/comalapa/>

COLECTIVO
TERCERUNQUINTO

[México] 1998

El colectivo mexicano Tercerunquinto se formó en 1998 en la ciudad de Monterrey, México. Desde entonces han desarrollado proyectos escultóricos que afectan tanto el espacio público como privado, cuestionando los límites entre ellos, desarticulando los elementos de esos sistemas y desmontando el orden lógico de sus relaciones. Han buscado además discutir las fronteras que se organizan alrededor de la constitución de un sistema arquitectónico o urbano, persiguiendo las implicaciones y efectos de tipo personal, social, cultural y político.

Por otro lado, desde que su obra comenzó a exhibirse en los espacios institucionales tradicionales, han integrado estas experiencias, incorporando reflexiones que convierten a la obra misma como un vehículo para cuestionar y repositionar uno de los conceptos históricos clave para entender el arte reciente conocido como crítica institucional. En su lugar, han acuñado el término de negociación institucional, pues advierten en ella —la negociación— una forma de divisa de intercambio (no ausente de tensiones) que ubica a la obra de arte en el entramado **superinstitucionalizado**, contemporáneo, como un problema estético a la vez que ético.

Son egresados de la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Actualmente está conformado por Rolando Flores (Monterrey, 1975) y Gabriel Cázares (Monterrey, 1978). Residen en la Ciudad de México.

Anexo 14:

Archivo con información de actividades, redactada para blog de la 21 Bienal de Arte Paiz.

Fuente: Captura de pantalla de documento con la información. (link:

<http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/blog/>)

Taller "Estrategias para la autogestión artística: el arte de los comunes" con Alberto López Cuenca

El 3 de agosto inició el primer taller de la 21 Bienal de Arte Paiz, "Estrategias para la autogestión artística: el arte de los comunes, impartido por Alberto López Cuenca, participante español. Dirigido a estudiantes y público general interesado en profundizar y compartir sus experiencias en torno al papel del arte y la cultura en la sociedad.

Se busca rastrear otras formas de acción artística que han favorecido el saber y el hacer común, frente a la lógica de intercambio del mercado y sus formas institucionales actuales.

Casa Noj, Quetzaltenango, es la sede de la Bienal donde se está llevando a cabo dicha actividad y medios como TVO Xela transmitieron el taller por televisión. El seminario culmina el 6 de agosto.

Para ver el taller: <https://www.youtube.com/channel/UC1Q82WtkimJOtV4jclN1nQ>

Taller "Técnicas de dibujo y creación colaborativa" con Ricardo Lanzarini

El 4 de agosto inició el taller "Técnicas de dibujo y creación colaborativa" con Ricardo Lanzarini, participante de la 21 Bienal de Arte Paiz. Dirigido específicamente para estudiantes avanzados de arte, este taller ha generado un espacio de discusión de los proyectos, obra y experiencia tanto del artista uruguayo como de quienes participan de este taller y en paralelo está en proceso una obra colectiva ~~site-specific~~ de dibujo.

Dentro de este espacio, Ricardo Lanzarini hizo una introducción sobre la labor social de arte e incentivó el trabajo en equipo mediante ejercicios de dibujo en un clóset de madera. El taller terminará el 7 de agosto con la inauguración de un mural colectivo en las instalaciones de Fundación Paiz elaborado por ~~Lanzarini~~ y sus estudiantes.

Inicio obra "Serena y furiosamente" por Magdalena Atria

El 3 de agosto la participante chilena Magdalena Atria, inició el proceso de su obra "Serena y furiosamente", la cual presentará para la 21 Bienal de Arte Paiz. La artista destaca por sus obras de carácter abstracto; en ellas se entrelazan lo geométrico y lo orgánico, lo sistemático y lo caprichoso, lo visual y lo táctil. Por lo que utilizará plastilina de distintos colores como material para modelar su obra. Los voluntarios de la Bienal están apoyando en el proceso.

El miércoles 8 de agosto la artista dará una charla para todo público en Casa ~~Urbán~~. Se centrará en su obra, trayectoria y técnica. La artista destaca por sus obras de carácter abstracto; en ellas se entrelazan lo geométrico y lo orgánico, lo sistemático y lo caprichoso, lo visual y lo táctil.

Anexo 15:

Ejemplos de *E-cards* de actividades de la Bienal.

Fuente: *E-cards* realizados para promoción en la web de la 21BAP.

21 BIENAL DE ARTE PAIZ FUNDACIONPAIZ.ORG.GT MAS ALLA

VISITA GUIADA VIDA
EXPOSICIÓN **GERVASIO SÁNCHEZ (ESP)**



VIERNES 17 DE AGOSTO
11:00 HRS.

CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN GUATEMALA
6a. Avenida 11-02 zona 1. Edificio Lux, Segundo Nivel, Ciudad de Guatemala

ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN, PERIODISMO, FOTOGRAFÍA Y PÚBLICO GENERAL

FUNDACIÓN PAIZ PBX: 2464-4545 - 11 AVENIDA 33-32 ZONA 5 - 2018 -

FUNDACIÓN PAIZ CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN GUATEMALA Cooperación Española

21 BIENAL DE ARTE PAIZ FUNDACIONPAIZ.ORG.GT MAS ALLA

TALLER GRANDES MAESTROS DE LA PLÁSTICA GUATEMALTECA
CON CREATORIO ARTÍSTICO PEDAGÓGICO (CAP)
EL POPOL VUH Y LAS OCARINAS CONTEMPORÁNEAS



JUEVES 6 DE SEPTIEMBRE
10:00 - 12:00 Y 14:00 - 16:00 HRS.

FURGÓN MUNIEDUCA
6a. av. Centenario y Parque Central, zona 1, Ciudad de Guatemala

PÚBLICO A PARTIR DE 7 AÑOS EN ADELANTE

FUNDACIÓN PAIZ PBX: 2464-4545 - 11 AVENIDA 33-32 ZONA 5 - 2018 -

FUNDACIÓN PAIZ MUNIEDUCA

Anexo 16:

Matriz con contacto de medios de comunicación de televisión y radio nacionales e internacionales.

Fuente: Documento Excel realizado para la 21 Bienal de Arte Paiz, de Fundación Paiz.

Contacto medios de comunicación (Radio)				
Lugar	Medio	Email	Teléfono	
Puerto Barrios - Izabal	Radio Bahía 107.9 FM	bahiafm1079@gmail.com	7948 - 8459	
	La Pegajosa 92.7 FM	lapegajosa@rcdn.com.gt	7948 - 8898	
	Caribbean 105.1 FM	caribbean@rcdn.com.gt	5573 - 4757	
Chimaltenango - San Juan Comalapa	La Chimalteca 101.5 FM		7839 - 3513	
	Ixin Stereo 103.9 FM	info@ixinstereo.net	7839 - 1313	
Baja Verapaz - Rabinal	Rabinal Super Stereo 95.1 FM	info@lasverapaces.com	7938 - 8742	
	Urram 102.7 FM		5902 - 2560	
Sacatepéquez - Sumpango	Radio Ixchel 102.3 FM	radioixchel@gmail.com	5676 - 0622	
	Más Música Radio 92.5 FM		2268 - 0440	
Quetzaltenango	Radio Íntima 96.3 FM	ventas@fmintima.com	7761 - 6512	
	Stereo 100 100.3 FM	info@stereo100.com.gt	7794 - 2900	
	Radio Siglo 104.7 FM	siglocarso@gmail.com	7763 - 2020	
	La Nueva Mega 91.4 FM	info@lanuevamega.com	7765 - 4491	
Antigua Guatemala	Diamante 94.3 FM	cabinafm@radiodiamante943.com	7761 - 1800	
	Metropolis 102.9 FM	info@metropolis1053.com	7832 - 2184	
	Radio Amiga 93.3 FM		7832 - 5382	
	Globo Antigua 98.9 FM		2411 - 2000	

Contacto medios de comunicación (Periódicos)				
Lugar	Medio	Email	Teléfono	
España	Periódico ABC	CULTOS@ABC.ES		
	Periódico El País	SOCIEDAD@ABC.ES		
	Periódico El Mundo	cultura@elpais.es	+ (34) 91 337 82 00	
Panamá	Periódico El Mundo	attcliente@unidadeditorial.es	+ (34) 902 996 111	
	Periódico La Prensa	internet@prensa.com	+ (507) 323-6400 / 433 - 3094 / 222-1222	
	Periódico La Estrella de Panamá	online@laestrella.com.pa	+ (507) 204 - 0000	
México	Diario El Panamá América		+ (507) 230-7704	
	Periódico El Universal	contacto@eluniversal.com.mx	+ (55) 5709-1313 / 5521-0010	
	Periódico La Jornada		+ (55) 9183 0300	
	Periódico Milenio		+ (55) 5140-4982	

Anexo 17:

Muestra de historias de la página oficial de Fundación Paiz, en Instagram .

Fuente: Captura de pantalla de archivo de historias de Fundación Paiz.

