

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

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA SECCIÓN DE
RELACIONES INSTITUCIONALES Y CULTURA DEL BANCO DE GUATEMALA, JUNIO -
AGOSTO 2015."**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

MARIA FERNANDA MOLINA VALDES
CARNET 10515-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2015
CAMPUS CENTRAL

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

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA SECCIÓN DE
RELACIONES INSTITUCIONALES Y CULTURA DEL BANCO DE GUATEMALA, JUNIO -
AGOSTO 2015."**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
MARIA FERNANDA MOLINA VALDES

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
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

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. NANCY AVENDAÑO MASELLI

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JUAN FRANCISCO ROMERO MARTÍNEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

DR. MIGUEL FLORES CASTELLANOS

Guatemala, 02 de octubre de 2015

Señores
Miembros de Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

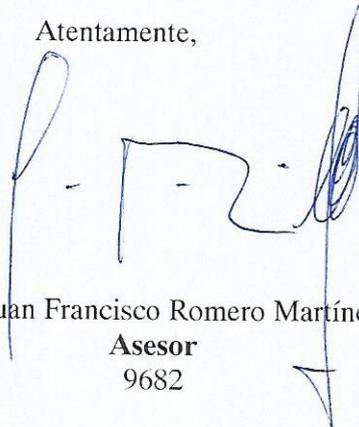
Por este medio hago constar que he revisado el informe de anteproyecto del Trabajo de Proyecto de Grado de la estudiante: María Fernanda Molina Valdés, carné No. 1051510. Considero que el mismo cumple con los requerimientos establecidos por el Departamento de Ciencias de la Comunicación.

Por lo tanto, presento para aprobación de anteproyecto el trabajo titulado: **Reflexión de la experiencia de práctica profesional en la sección de relaciones institucionales y cultura del Banco de Guatemala, junio-agosto 2015.**

He brindado asesoría a la estudiante durante la realización del anteproyecto y me comprometo a continuar haciéndolo hasta su culminación.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop on the left, a horizontal line, and a more complex scribble on the right.

Lic. Juan Francisco Romero Martínez
Asesor
9682



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Sistematización de Práctica Profesional de la estudiante MARIA FERNANDA MOLINA VALDES, Carnet 10515-10 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05534-2015 de fecha 9 de diciembre de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA SECCIÓN DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y CULTURA DEL BANCO DE GUATEMALA, JUNIO - AGOSTO 2015."

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 10 días del mes de diciembre del año 2015.



Irene Ruiz Godoy
MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODÓY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

DEDICATORIA

A Dios

Por guiar mis pasos en todo momento, acompañarme en este camino, brindarme la sabiduría y disciplina necesaria para culminar exitosamente.

A mis Padres

Danilo y Lucy por ser luz y amor, fuentes inagotables de energía. Por apoyarme y respetar mis decisiones, ser incondicionales para alcanzar mis metas. Por no cortar mis alas y ayudar a orientar mi vuelo.

A mis hermanos

Daniela por ser mi más grande ejemplo a seguir y mi referencia de perseverancia. A Andrés, porque con su nobleza y humildad me motiva a ser mejor persona.

A mis abuelitos

Aníbal y Ani, por siempre darme consejos sabios. Y al dulce recuerdo de mis abuelos Oswaldo y Lolita.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Rafael Landívar:

Por ser mi casa de estudios y parte de mi crecimiento profesional. Especialmente al personal docente y administrativo de la facultad de Humanidades, del departamento Ciencias de la Comunicación.

Al Banco de Guatemala:

Por ser parte importante de mi desarrollo profesional, permitirme poner en práctica los conocimientos adquiridos, darme su confianza y brindarme todas las herramientas necesarias para culminar exitosamente esta etapa. Especialmente al licenciado Ricardo Martínez por todo el apoyo y supervisión durante el desarrollo de la práctica profesional.

INDICE

	Pág.
I Contextualización	
1.1 Datos Básicos y Características Principales del Banco de Guatemala	1
1.2 Funciones del Banco de Guatemala	1
1.3 Historia del Banco de Guatemala	2
1.4 Estructura Organizativa	4
1.5 Características del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales	5
1.5.1 Estructura del Departamento	5
1.5.2 Responsabilidades del Departamento	6
1.5.3 Proyección del Banco de Guatemala hacia la sociedad	6
1.6 Situación de la institución en Guatemala	8
1.7 Contexto nacional del área de trabajo	9
II Plan de Práctica	
2.1 Acuerdo contractual de horario	10
2.2 Descripción del departamento asignado	10
2.3 Objetivos establecidos	10
2.4 Descripción de funciones a realizar	11
2.5 Modificaciones	12
III Fundamentación Teórica	14
IV Informe de Practica	
4.1 Planificación del Festival de Educación Económico-Financiera	25
4.2 Asistencia en la planificación de actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala	34
4.3 Redacción de textos periodísticos	38
V Reflexión	45

VI Conclusiones y Recomendaciones	
6.1 Conclusiones	55
6.2 Recomendaciones	59
VII Referencias Bibliográficas	61
VIII Anexos	
Anexo 1: Carta de Agradecimiento a la Institución	62
Anexo 2: Fotografías Festival de Educación Económico- Financiera	63
Anexos 3: Asistencia en organización de eventos internos	64
Anexos 4: Redacción de textos	66

RESUMEN

El presente trabajo es una reflexión sobre la experiencia de práctica profesional realizada por María Fernanda Molina Valdés de junio a agosto del 2015 en el Banco de Guatemala en la sección de Relaciones Institucionales y Cultura donde desempeñó el puesto de Relacionista Pública de la Sección Cultural del Banco de Guatemala. Como parte de las atribuciones, se asistió en la planificación del Festival de Educación Económico-Financiera, actividad con enfoque social y educativo que realiza la institución de febrero a septiembre, tanto en la ciudad capital como en el interior del país, enfocado en alumnos de primaria del sector público. Así mismo, se participó en la planificación de actividades artístico-culturales reforzando la imagen de ser “El Banco de Guatemala, el Banco de la Cultura”. También se redactaron diversos textos para publicaciones internas.

Dentro de las distintas ramas comunicacionales se encuentra la Comunicación Organizacional, la cual según el doctor Villafañe (1993) cumple con la función estratégica de gestionar la identidad e imagen de la organización para alcanzar efectivamente sus objetivos institucionales. Es imprescindible contemplar que la comunicación dentro de una organización es interna y externa, lo cual conlleva públicos con diferentes características y variedad en la elaboración de mensajes. En toda institución o empresa es importante contar con un departamento de comunicación que se encargue de velar por la identidad y la imagen que están proyectando.

I Contextualización

1.1 Datos básicos de la institución y características principales

Conforme lo dispuesto en el primer párrafo del artículo 132 de la Constitución Política de la República de Guatemala, el Banco de Guatemala es una entidad autónoma con patrimonio propio que se rige por la ley orgánica y por la ley monetaria. La Junta Monetaria es el ente rector del sistema económico del país.

Según el artículo 3 de la Ley orgánica decreto número 16-2002 del Congreso de la República, el Banco de Guatemala tiene como objetivo fundamental, contribuir a la creación y mantenimiento de las condiciones más favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional, para lo cual, propiciará las condiciones monetarias, cambiarias y crediticias que promuevan la estabilidad en el nivel general de precios.

Lo monetario que se refiere a la cantidad de dinero que hay en circulación estableciendo las metas explícitas de inflación evitando su aumento; las condiciones cambiarias, verifican el coeficiente de cambio y las condiciones crediticias referente a los créditos y tasas de interés. Estos aspectos se interrelacionan con el fin de cumplir la misión del Banco de Guatemala: mantener la estabilidad en el nivel general de precios.

1.2 Funciones del Banco de Guatemala

El Banco de Guatemala tiene, entre otras que determina el artículo 4 de su ley orgánica, las funciones siguientes:

- Ser el único emisor de la moneda nacional.
- Procurar que se mantenga un nivel adecuado de liquidez del sistema bancario.
- Procurar el buen funcionamiento del sistema de pagos.

- Recibir en depósito los encajes bancarios y los depósitos legales a que se refiere su ley orgánica. Los encajes bancarios y legales, según el Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores (2012) se refieren a sostener la cantidad de circulantes de los bancos, restringiéndola y evitando su ampliación.
- Administrar las reservas monetarias internacionales.
- Las demás funciones compatibles con su naturaleza de Banco Central que le sean asignadas por mandato legal.

1.3 Historia del Banco de Guatemala

Durante el gobierno de Manuel Estrada Cabrera, de 1898 a 1920, hubo graves desequilibrios monetarios y financieros, basados en la existencia legal de un oligopolio de bancos emisores, por lo que Cabrera invitó al profesor Kemmerer para estudiar las condiciones monetarias del país. “Kemmerer recomendó el establecimiento de un banco central que sería el agente fiscal del gobierno y que tendría el derecho exclusivo de emitir billetes” (Aldana et.al., 2006, p. 69).

En 1924, durante el gobierno de José María Orellana, se propone un plan de reforma financiera, ese año se promulgó la Ley Monetaria de la República de Guatemala, la cual dio origen al Quetzal como nueva unidad monetaria. Finalmente, mediante Acuerdo Gubernativo del 30 de junio de 1926, se fundó el Banco Central de Guatemala.

En 1944, durante el gobierno de Juan José Arévalo, se hizo necesario impulsar la reforma monetaria y bancaria mediante la cual se creó el Banco de Guatemala como heredero del antiguo Banco Central de Guatemala. Esta reforma fue conducida por el Doctor Manuel Noriega Morales, Ministro de Economía y, posteriormente, primer presidente del Banco de Guatemala. Dicha reforma le otorgó al Banco de Guatemala la calidad de banco estatal y la facultad de realizar una política monetaria, cambiaria y crediticia encaminada a crear las condiciones propicias para el crecimiento de la economía nacional.

La estructura básica de la legislación financiera guatemalteca emitida en 1946 permitió el ordenado funcionamiento del sistema en sus primeros cuarenta años de vigencia. Sin embargo, al concluir la década de los años ochenta resultó evidente que tanto las crisis económicas regionales, como la liberalización de la banca, los avances en materia electrónica, de computación y de las telecomunicaciones, modificaron el mercado.

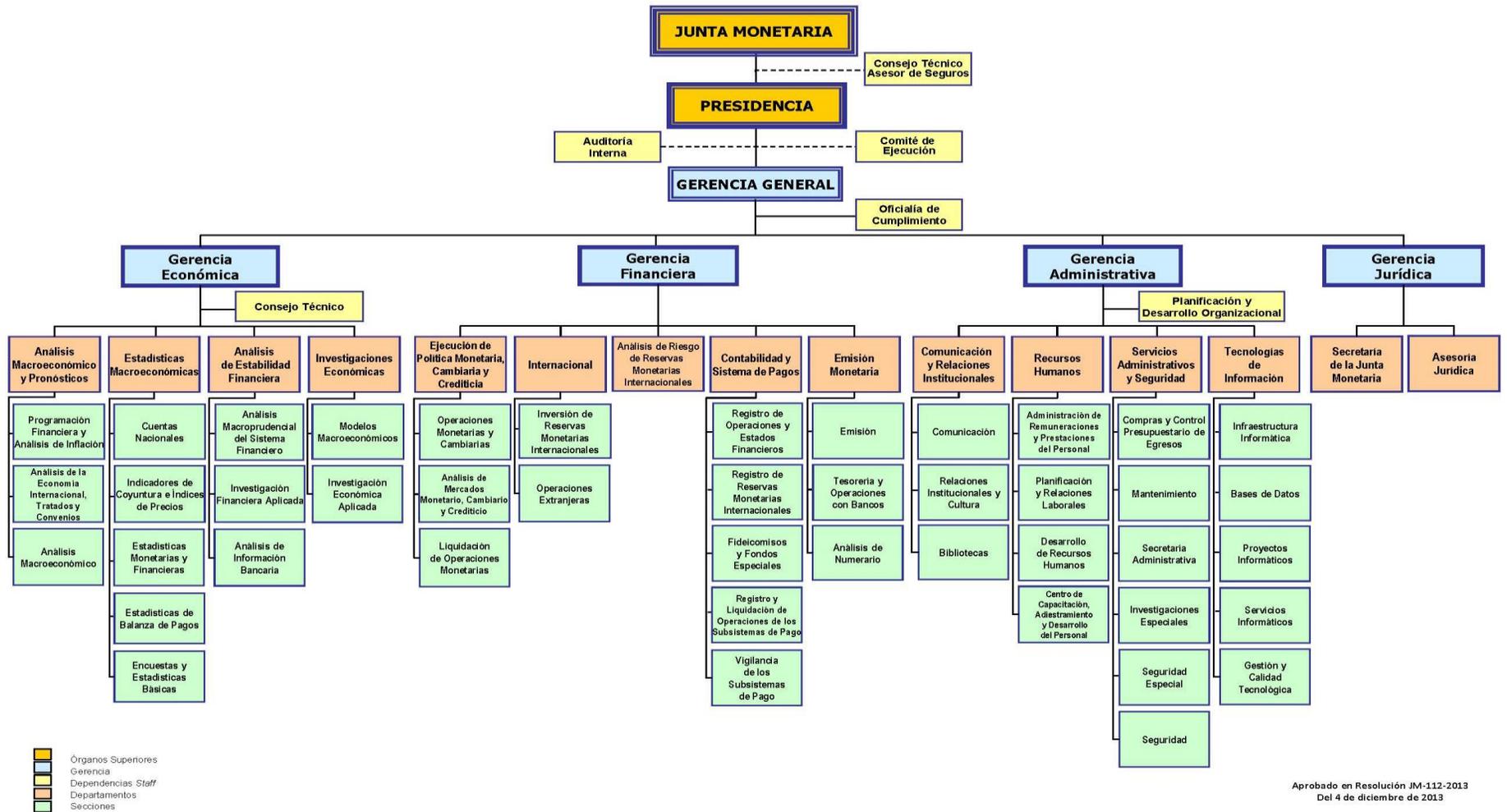
Ante esta situación, en 1993 la Junta Monetaria aprobó el Programa de Modernización del Sistema Financiero Nacional. Mediante dicho programa se propuso actualizar el marco regulatorio vigente, buscando reformas que favorecieran la estabilidad económica.

Del proceso de reflexión y análisis generado en torno a la implementación del Programa de Modernización a lo largo de la década de los noventa resultó evidente que, para consolidar los logros obtenidos, era necesaria una reforma aún más profunda de la legislación vigente, la cual debería tener un carácter integral.

“El nuevo proceso de reforma integral habría de implicar un cambio en la concepción del papel de la banca central y en la orientación de la regulación financiera, no una modificación a la coyuntura del momento” (Aldana et.al., 2006, p.70). Como resultado de los lineamientos planteados, la preparación de la reforma integral de las leyes financieras se centró en la elaboración de cuatro proyectos de ley fundamentales cuya vigencia inició el 1 de junio de 2002, entre ellas la Ley Orgánica del Banco de Guatemala y la Ley Monetaria.

1.4 Estructura organizativa

BANCO DE GUATEMALA ORGANIGRAMA



Aprobado en Resolución JM-112-2013
Del 4 de diciembre de 2013

1.5 Características del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales

Como parte de la Gerencia Administrativa del Banco de Guatemala, se encuentra el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales, el cual se encarga de asesorar a las autoridades y dependencias del Banco en materia de comunicación y relaciones institucionales, proponiendo y ejecutando acciones comunicacionales que contribuyan al fortalecimiento de la imagen, confianza y credibilidad institucional.

1.5.1 Estructura del departamento

Sección de Relaciones Institucionales y Cultura

Sección en la que se realizó las prácticas supervisadas. Esta sección está a cargo de organizar, preparar y ejecutar actividades oficiales, sociales, culturales y educativas tendientes a generar comprensión y aceptación sobre el quehacer del Banco de Guatemala contribuyendo así al fortalecimiento de su imagen.

Sección de Comunicación

Implementar las acciones comunicacionales que, en materia de Política Monetaria, Cambiaria y Crediticia, permitan orientar a la opinión pública y mantener informados a los agentes económicos y audiencias clave, con el propósito de contribuir al logro del objetivo del banco central.

Sección de Bibliotecas

Apoyar a las dependencias del banco, poniendo a su disposición literatura e información especializada y actualizada; así como contribuir al desarrollo de la educación y la cultura de Guatemala a través del Sistema de Bibliotecas del Banco de Guatemala.

1.5.2 Responsabilidades del departamento: Entre las diferentes actividades y responsabilidades que tiene el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales están:

- Administrar el museo numismático
- Dirigir la pinacoteca
- Planificar eventos internos y externos
- Coordinar comisiones oficiales al exterior
- Autorizar el uso de áreas destinadas para eventos oficiales
- Planificar y ejecutar la sección de Educación Económico- Financiera
- Velar por el cumplimiento del manual de imagen corporativa
- Redactar notas monetarias
- Redactar la sección de Panorama Noticioso
- Administrar página web y redes sociales
- Editar los *libritos del Banguat* y demás publicaciones
- Mantener enlace con medios de comunicación
- Organizar ruedas de prensa
- Atender demandas relacionadas con Ley de Acceso a la Información Pública

1.5.3 Proyección del Banco de Guatemala en la sociedad:

Dentro de las responsabilidades del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales se encuentran las actividades con proyección social. Entre estas se pueden mencionar:

- Festival de Educación Económico-Financiera: Actividad con la que hubo mayor relación laboral durante el desarrollo de la práctica profesional. Su objetivo es reforzar en niños y jóvenes de la ciudad capital y del interior del país, los conocimientos económicos- financieros. Los temas están representados en *stands* interactivos, cada uno atendido por un monitor quien facilita el contenido.

- Obras de teatro educativas: Comedias musicales que buscan reforzar temas económicos. Las producciones realizadas por el Banco de Guatemala son “El fantasma de la inflación” y “La Leyenda del árbol de dinero” ambas escritas y dirigidas por el dramaturgo Ricardo Martínez. Durante las prácticas se presentó la oportunidad de aplicar conocimientos en artes escénicas por medio de breves participaciones durante la obra.
- Red de Bibliotecas del Banco de Guatemala: actualmente hay 67 bibliotecas alrededor de toda la República, las cuales buscan fomentar la investigación Económica y Financiera.
- Museo Numismático de Guatemala: se inauguró el 11 de julio del 2006, estableciéndose como única institución en el país que relata la historia y evolución de la moneda nacional. Busca contribuir a la preservación y difusión de la cultura, promoviendo una de las funciones principales del Banco de Guatemala: Ser el único ente emisor de monedas y billetes nacionales.
- Programa de Estudios Superiores: Proporcionar a los estudiantes conocimientos de la teoría económica moderna, métodos matemáticos y estadísticos necesarios para investigaciones para temas económicos y de finanzas.
- Jornadas Económicas: Tiene como objetivo someter a discusión y análisis temas de actualidad de interés para el banco central y el país.
- Certamen Permanente de Investigación “Dr. Manuel Noriega Morales”: Actividad que busca fomentar continuamente la investigación científica en área de interés para el Banco de Guatemala entre estudiantes, académicos, funcionarios de gobierno y profesionales de las ciencias económicas.
- Publicaciones especializadas, culturales y educativas:
 - Revista “Banca Central” y boletín “Notas Monetarias”
 - Publicaciones Culturales: libro “Joyas Numismáticas de Guatemala”, “El Banco Central”, “Joyas Artísticas de Guatemala”, entre otras.
 - Catálogo de billetes: dar a conocer características y datos legales de los billetes en circulación.

- Publicaciones educativas: Entre estas se encuentran los *libritos de Banguat*, los cuales se utilizan para el desarrollo del Festival de Educación Económico-Financiera.

1.6 Situación de la Institución en Guatemala

El Banco de Guatemala es una entidad autónoma con patrimonio propio que tiene como objetivo fundamental, contribuir a la creación y mantenimiento de las condiciones más favorables al desarrollo ordenado de la economía nacional. Se rige por la Ley Orgánica y por la Ley Monetaria. La Junta Monetaria es el ente rector del sistema económico del país. Por lo que el Banco de Guatemala depende de ella.

La Política Monetaria, según el Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores (2012) consiste en:

La elección de la meta de inflación y se consolida con la vigencia de un régimen de tipo de cambio flexible, con el uso de instrumentos de control monetario indirecto (operaciones de estabilización monetaria, privilegiando las decisiones del mercado), así como con el fortalecimiento de la transparencia en las situaciones del Banco Central.
(p. 7)

La misión del Banco de Guatemala es promover la estabilidad en el nivel general de precios. La palabra “precios” en este contexto hace referencia macro-precios:

- Tasa de interés
- Coeficiente de cambio
- Producto interno bruto (PIB)
- Tasa de inflación

Los cuales son medidos y regulados por el Banco de Guatemala para cumplir con sus funciones dentro de la economía del país.

1.7 Contexto nacional del área de trabajo

Según Aldana et al (2006), el Banco de Guatemala desde su fundación, como ente autónomo con funciones propias de banco central, ha sido una de las instituciones con más credibilidad al cumplir con su función de mantener el nivel general de precios. Sin embargo esa imagen debe fortalecerse, por lo tanto se hace necesario un esfuerzo comunicacional para que la imagen institucional sea la deseada para contribuir y fortalecer su labor.

Dentro de la estructura administrativa del Banco de Guatemala, se encuentra el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales, el cual se encarga de asesorar a las autoridades y dependencias del Banco en materia de comunicación y relaciones institucionales, proponiendo y ejecutando acciones comunicacionales que contribuyan al fortalecimiento de la imagen y credibilidad institucional.

Dentro de la Estrategia de Comunicación Institucional 2011-2015 del Banco de Guatemala, se tratan las siguientes líneas comunicacionales: comunicación interna, comunicación externa, comunicación periodística, publicitaria, técnica, por mandato legal, educativo, tecnológico, relaciones públicas y monitoreo noticioso.

II Plan de Práctica

2.1 Acuerdo contractual de horario

- Fecha de inicio y culminación de la práctica: 8 de junio- 28 de agosto 2015
- Horario Laboral: De lunes a viernes de 8:00 am a 4:00 pm más cobertura fuera del horario de actividades específicas que lo requieran.

2.2 Descripción del departamento asignado

Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales del Banco de Guatemala

Encargado de asesorar a las autoridades y dependencias del Banco en materia de comunicación y relaciones institucionales, proponiendo y ejecutando acciones comunicacionales que contribuyan al fortalecimiento de la imagen, confianza y credibilidad institucional.

- **Sección de Relaciones Institucionales y Cultura**

Organizar, preparar y ejecutar actividades oficiales, sociales, culturales y educativas tendientes a generar comprensión y aceptación sobre el quehacer del Banco de Guatemala contribuyendo al fortalecimiento de su imagen tanto interna como externamente.

2.3 Objetivos establecidos

Nombre del puesto: Relacionista pública de la sección cultural del Banco de Guatemala

- a) Asistir en la planificación del Festival de Educación Económico-Financiera en las ediciones que se lleven a cabo durante el tiempo que duren las prácticas profesionales. Dicha actividad se realiza una vez al mes en diferentes departamentos de Guatemala. Durante el tiempo de

la práctica supervisada el Festival se realizó en la cabecera departamental de Jalapa; Salamá, Alta Verapaz y San Pedro Carchá, Baja Verapaz.

- b) Asistir en la planificación de actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala durante el tiempo que duren las prácticas profesionales.

2.4 Descripción específica de funciones a realizar:

- a) Implementar la logística necesaria para el desarrollo de las ediciones del Festival de Educación Económica Financiera. Actividades a realizar: contactos con las alcaldías de las localidades, así como con el Ministerio de Educación y demás entidades, redacción de boletines de prensa, notas periodísticas relacionadas con el Festival, redacción de artículos que serán incluidos en las revistas de circulación interna en la organización.
- b) Implementar la logística necesaria para el desarrollo de las actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala. Actividades a realizar: redacción de la sección, denominada en la red interna del Banco, Últimas Noticias, supervisión de diseño de invitaciones, creación de mensajes para actividades especiales, redacción de notas periodísticas y artículos que serán incluidos en la revista “Gente y Cosas”, redacción de reseñas para la sección de “Enlace” espacio digital dirigido por el Departamento de Recursos Humanos.
- c) Diseñar y supervisar el desarrollo de los materiales impresos que sean necesarios para las ediciones del Festival de Educación Económico-Financiera y los materiales impresos a utilizarse en las actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala: afiches, invitaciones, publicaciones en medios impresos.

2.5 Modificaciones:

La modificación que se realizó al Plan de Prácticas inicial fue que ya no se generó ni coordinó la ejecución de planes de medios con el objetivo de informar las actividades relacionadas con el Festival de Educación Económico-Financiera ni las actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala. Debido a la coyuntura socio-política del país de mayo a julio 2015 culminando con la renuncia del presidente del Banco de Guatemala¹, las publicaciones en medios impresos, televisivos y radiales disminuyeron, limitándose a una publicación en medios impresos para el XXXIII Festival de Educación Económico-Financiera en Jalapa y a las publicaciones que por mandato legal se deben realizar.

Sin embargo se recibió una breve inducción por el encargado de las publicaciones en medios, quien explicó todas las fases y autorizaciones que las pautas requieren. Profundizó que estas se hacen principalmente en medios impresos con los cuales el Banco ya tiene tarifas y paquetes establecidos.

Actividades realizadas:

- Redacción de textos editados por el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales
 - Texto periodísticos para la revista Gentes y Cosas
 - Sección de Últimas Noticias
 - Mensajes fechas especiales
 - Boletines de prensa
 - Sección de Enlace, editado por el Departamento de Recursos Humanos.

¹ Redacción BBC Mundo. (2015, 21 de mayo). Detienen al presidente del Banco Central de Guatemala por presunta corrupción. BBC Mundo. Recuperado de: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/05/150520_guatemala_arresto_banco_central_ao

- Supervisión de materiales
 - Publicaciones
 - Afiches e invitaciones

- Asistencia a la comitiva de organización de eventos socio-culturales
 - Entrega premio Gobiernos Escolares
 - IV Jornada de Investigaciones de Arte
 - Actividades sociales de carácter institucional

- Coordinación Festivales de Educación Económico-Financiera:
 - Fase 1: Establecer contactos con públicos estratégicos
 - Fase 2: Organización y elaboración de documentos y materiales
 - Fase 3: Realización del festival
 - Fase 4: Retroalimentación y reportes de visitas

III Fundamentación Teórica

La comunicación organizacional se define como una “Función estratégica gerencial que se encarga de gestionar la identidad e imagen de la organización para alcanzar efectivamente sus objetivos institucionales” (Villafañe, 1993, p.24). El Banco de Guatemala, dentro de su estructura administrativa cuenta con el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales. Dicho departamento es el encargado de asesorar a las autoridades y dependencias del Banco en materia de comunicación, proponiendo y ejecutando acciones comunicacionales que contribuyan al fortalecimiento de la imagen, confianza y credibilidad institucional.

Dentro de la comunicación institucional se encuentran varias líneas comunicacionales. La estrategia de comunicación institucional 2011-2015 del Banco de Guatemala, trata las siguientes: comunicación interna, comunicación externa, comunicación periodística, publicitaria, técnica, por mandato legal, educativo, tecnológico, relaciones públicas y monitoreo noticioso. En el presente apartado se priorizarán: comunicación interna, educativa y relaciones públicas.

La comunicación interna es la dirigida a los públicos internos, constituidos en agentes multiplicadores, con el propósito de mantenerlos informados de las decisiones institucionales. Cervera (2008) presenta que los principales objetivos de la comunicación interna en las instituciones son enviar un mensaje único a toda la organización evitando intermediarios y rumores, tener una mayor y mejor comunicación con todos los colaboradores, aplicando canales institucionales para difundir información y reconocer los méritos de las demás, de parte de los superiores, colaboradores y compañeros de trabajo. En este sentido la estrategia de comunicación institucional 2011-2015 del Banco de Guatemala plantea diferentes tácticas las cuales cumplen con los objetivos planteados por Cervera.

El primer objetivo se ve claramente ejemplificado en el Banco de Guatemala utilizando dos medios: Últimas Noticias y Enlace. La primera a cargo del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales con una temporalidad inmediata y la segunda por el Departamento de Recursos Humanos de forma semanal. El segundo objetivo lo cumple el departamento utilizando canales institucionales como Panorama Noticioso, el cual es la recopilación de un minucioso monitoreo de medios impresos, radiales y digitales que incluye las noticias en las que se menciona y relaciona al Banco de Guatemala, tanto de carácter positivo como negativo. Así mismo, dentro del edificio se cuenta con pantallas donde se difunde información actual y relevante para los colaboradores. El tercer objetivo se cumple en cada una de las ediciones de la revista Gentes y Cosas.

Según el mismo autor hay tres tipos de comunicación interna: comunicación descendente, horizontal y ascendente. Estas se ven aplicadas por parte del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales. La comunicación descendente es al que procede de la dirección y progresa hacia abajo en cascada. “Su finalidad es que el colaborador esté informado en todo momento de lo que acontece en la Institución, así como hacerle sentir participe de la misma” (Cervera, 2008, p. 312). Los principales canales que utiliza el Banco de Guatemala son:

- Reglamento de régimen interno: Política retributiva, vacaciones, servicios médicos, promociones, manual de imagen para caballeros y damas, entre otros.
- Eventos internos: Reuniones a las que asisten todos los colaboradores, como el Aniversario del Banco, celebración del empleado bancario, entre otros.
- Reuniones de ciclo (*Staff meetings* o *Kick off*): Reuniones específicas de la Junta Monetaria, ente rector del Banco de Guatemala.
- Tablones de anuncios: El Banco cuenta con carteleras y pantallas.

- Publicaciones internas: Con periodicidad diaria, semanal, mensual y anual. Algunos en formato impreso y otros digital o por correo electrónico. Entre estas se encuentran: Últimas Noticias (correo electrónico), revista Gentes y Cosas (impresa), Panoramas Noticiosos (digital) y Enlace (colaboración del Departamento de RRHH, digital e impreso).

Dos canales que últimamente han tenido mayor uso son la intranet (o *e-Room*) y el correo electrónico. El Banco de Guatemala, además de la página web, cuenta con un portal interno en el que se publica información, formularios, enlaces y datos importantes a nivel general y por gerencias. Esto permite tener una relación equilibrada y reticular (de muchos a muchos) sin embargo también es personalizada ya que permite un intercambio individual. Todo colaborador cuenta con correo electrónico, el cual es de fácil acceso, uso diario y medio por el cual se realizan intercambio de información, envío de archivos, anuncios de reuniones o traslado de información de cualquier tipo.

La comunicación horizontal es la efectuada entre personas y departamentos de nivel jerárquico similar. En el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales se realizan reuniones semanales en las que por medio del diálogo, se traslada información de gerencia, logros alcanzados a nivel de departamento y actividades próximas, evitando la duplicidad de trabajo y promoviendo la armonía entre los colaboradores.

La comunicación ascendente es la que circula desde la base de la institución hacia arriba. Utiliza canales de acción sindical, reuniones de departamento y por medio del diálogo, las opiniones, sugerencias y puntos de vista son trasladadas a direcciones y a las gerencias. No se tiene en uso buzones o programas de sugerencias.

Villafañe (1993) recalca que la comunicación interna es una herramienta fundamental en la gestión empresarial que pretende obtener la máxima

rentabilidad del factor humano, es decir: una imagen positiva y un clima adecuado. Es la principal fuente de transparencia en la organización, por lo que no debe ser considerada únicamente como un vehículo de transmisión de información. La sección de Relaciones Institucionales y Cultura, área en la que se realizaron las practicas supervisadas, se encarga de organizar, preparar y ejecutar actividades oficiales, sociales, culturales y educativas tendientes a generar comprensión y aceptación sobre el quehacer del Banco de Guatemala contribuyendo al fortalecimiento de su imagen interna y externa.

La imagen institucional “comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual; implica también otros procesos como el pensamientos, la percepción, la memoria, en suma, la conducta” (Villafañe, 1993, p. 23).

La identidad institucional orienta las decisiones, políticas, estrategias y acciones de la institución, también refleja los principios, valores y creencias fundamentales. Según Capriotti (2009) la identidad institucional tiene dos enfoques: el enfoque del diseño y el enfoque organizacional. El enfoque del diseño determina la identidad visual de la institución, es la representación icónica que manifiesta sus características. Representa la personalidad pero no la identidad corporativa. La identidad visual se conforma del logotipo del Banco de Guatemala, la tipografía y colores institucionales, previamente establecidos por el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales. Incluso, la identidad visual se transmite a través de la figura del edificio del Banco de Guatemala, ubicado en el Centro Cívico de la Ciudad Capital, uno de sus más grandes referentes por el diseño de los murales de las diferentes fachadas del edificio realizadas por Dagoberto Vásquez y Roberto González Goyri y los murales de Carlos Mérida.

El enfoque organizacional “Es el conjunto de aspectos que definen el carácter o la personalidad de la institución. Representa la forma en que la institución elige para identificarse a sí misma en relación a sus públicos” (Capriotti, 2009, p. 20). Son el

conjunto de atributos que diferencian e identifican a una institución de las demás. Es importante resaltar que no es inmutable, sino que se adapta a los cambios en su entorno. La coyuntura socio-política ha influido en la imagen e identidad de la institución. Son factores externos que influyen en lo interno.

Otro factor determinante en la identidad institucional es la evolución histórica. La creación del banco central entre 1924-1926 y la fundación del Banco de Guatemala en 1946 son aspectos históricos que fortalecen su imagen. Se identifica como una institución sólida, transparente y con una destacada trayectoria. Además es una de las instituciones con más credibilidad y confianza al cumplir con su objetivo de mantener el nivel general de los precios, según su estrategia de comunicación institucional 2011- 2015. Tienen muchas publicaciones propias en las que recopilan los eventos más importantes de la institución, también es reforzado con el Museo Numismático creado en el 2006.

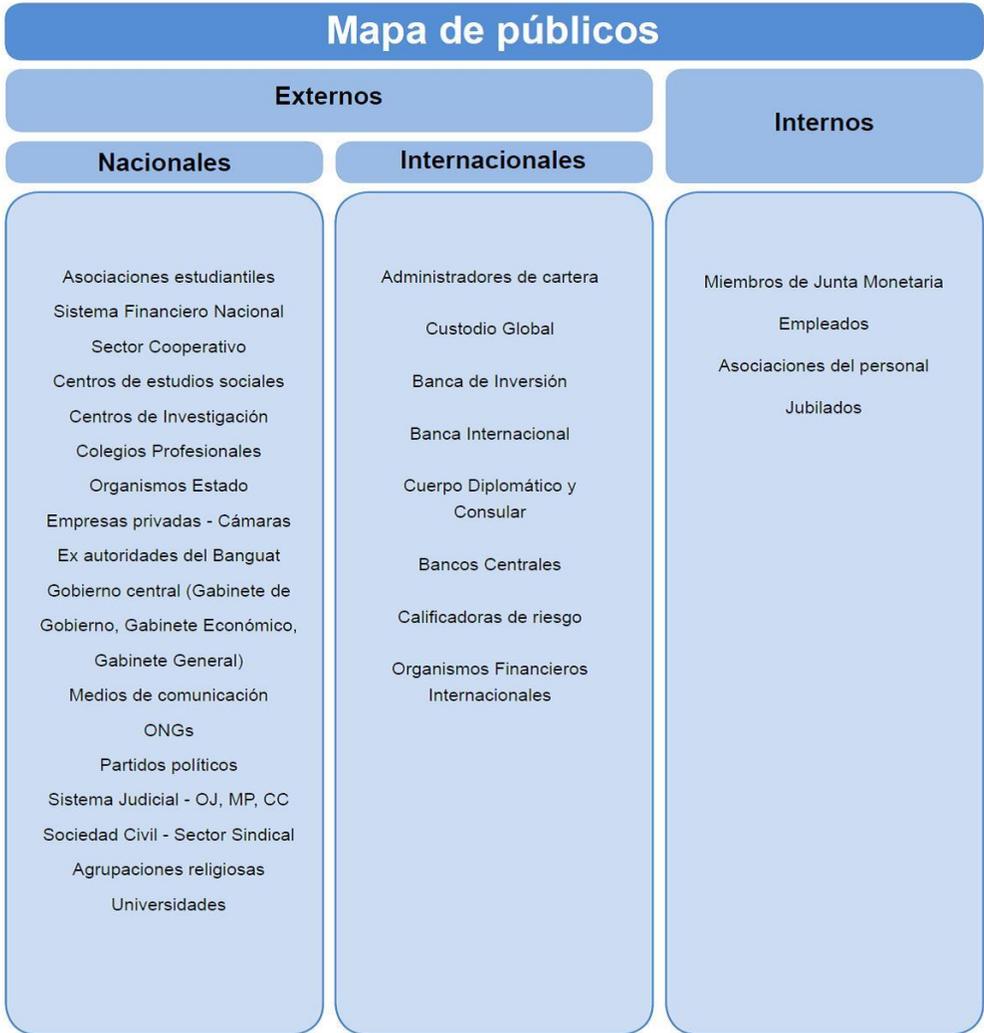
Según el mismo autor, la identidad institucional se compone de la cultura y de la filosofía institucional. La cultura institucional son el “conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por la que se rigen los colaboradores de una organización y que se refleja en su comportamiento” (Capriotti, 2009, p. 24). Esto se ve reflejado claramente en las tradiciones que se viven en el Banco de Guatemala. Las celebraciones de cumpleaños son eventos sociales que tiene su propia dinámica, así como los ascensos y las despedidas. También la cordialidad entre colaboradores, entre otras manifestaciones.

La filosofía institucional se conforma por la misión, visión y valores Institucionales. Los cuales son la concepción global de la institución establecida por la alta gerencia para alcanzar las metas y objetivos de la misma. El Banco de Guatemala tiene claramente definidas la misión y la visión, sus acciones y actividades diarias giran en torno a promover la estabilidad en el nivel general de precios. Entre sus valores institucionales están: lealtad, honestidad, responsabilidad, respeto y espíritu de servicio.

Para poder desarrollar las estrategias enfocadas en las diferentes líneas comunicacionales, es imprescindible contemplar los a los públicos del Banco de Guatemala. Según Wilcox (2006) los públicos son las audiencias clave o prioritarias de una organización. Son los destinatarios, aquellas personas a las que va dirigido el mensaje, poseen características o necesidades específicas que requieren diferentes tipos de comunicación.

El departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales clasifica a sus públicos de la siguiente forma:

Cuadro 1
Mapa de Públicos del Banco de Guatemala



Fuente: Estrategia de Comunicación Institucional del Banco de Guatemala 2011-2015.

El esquema anterior representa una de las categorías de clasificación de los públicos según Seintel (2002): Públicos internos y externos: Los públicos internos son los que se encuentran dentro de la organización: superiores, administrativos, directivos, accionistas, colaboradores. Los públicos externos son aquellos que no están conectados directamente con la institución: los medios, el gobierno, los profesores, los proveedores y la comunidad.

Dentro de las responsabilidades del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales se desarrolla la Responsabilidad Social Institucional (RSI), esta “Responde a las condiciones y necesidades del entorno, con base los objetivos de la organización” (Seintel, 2002). Busca crear conciencia, desarrollo integral; Compromiso, interés y servicio con la sociedad. Entre las actividades con proyección social del Banco de Guatemala se encuentra el Festival de Educación Económico-Financiera, como parte de la estrategia de comunicación educativa. Dicha actividad es con la que hubo mayor relación laboral durante el desarrollo de las prácticas. Su objetivo es reforzar en niños y jóvenes los conocimientos económicos- financieros.

Para Gómez (2009) la Educación Financiera es el proceso educativo por medio del cual las personas toman conciencia de la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres en el manejo de la economía personal y familiar, por medio del conocimiento y la utilización de las herramientas e instrumentos básicos de la vida financiera.

Principios y buenas prácticas de educación financiera y la toma de conciencia en este tema:

- Los gobiernos y partes interesadas deben promover la educación financiera sin discriminaciones.
- La educación financiera debe iniciarse en la escuela para que a temprana edad se tenga conciencia del tema.

- La educación financiera debe ser parte del gobierno corporativo de las instituciones financieras.
- Los programas de educación financiera deben enfocarse en aspectos de planificación como el ahorro básico.
- Campañas nacionales, sitios web específicos, servicios gratuitos de información.

El Festival de Educación Económico- Financiera cumple con las prácticas presentadas por el autor. Es un proyecto que el Banco de Guatemala ha llevado a cabo desde el 2008 tanto en la capital como en el interior del país. Está enfocado en alumnos de 4º, 5º, y 6º primaria. La actividad consiste en un recorrido por diferentes *stands* interactivos en donde niños y jóvenes aprenden de una manera diferente sobre temas económicos propios de accionar del Banco Central. Dentro del festival está la presentación de la Obra de teatro “La leyenda del Árbol de Dinero” la cual refuerza la importancia de ahorrar y las funciones principales de Banco de Guatemala. Uno de las principales características del Festival es que es completamente gratuito. Su fin principal es aportar educación a la sociedad y contribuir en el conocimiento y la comprensión del quehacer del Banco de Guatemala.

Para su buen desarrollo es necesario aplicar conocimientos de relaciones públicas, las cuales según Rex Harlow (citado por Wilcox, 2006) son definidas de la siguiente forma:

Las Relaciones Públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas como principales herramientas. (p. 7)

Según la estrategia de comunicación institucional 2011-2015 del Banco de Guatemala, las relaciones públicas son un esfuerzo comunicacional planeado, deliberado y continuo, orientado a vincular a la institución con sus públicos internos y externos, adecuando el mensaje para cada uno de ellos, con el objetivo de mantener una retroalimentación positiva, que favorezca la mutua comprensión.

Se puede definir las relaciones públicas como una función estratégica gerencial que se encarga de identificar, establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas entre una institución y los públicos de los cuales depende su éxito o fracaso. Las relaciones públicas tienen la función de ser el vínculo entre la institución y sus públicos (internos y externos) creando en ambos una imagen adecuada de la institución.

Las relaciones externas mutuamente beneficiosas se ven ejemplificadas durante la organización de las ediciones del Festival de Educación Económico-Financiera donde se tiene un convenio como alianza estratégica con un público específico, el Ministerio de Educación. Ellos facilitando el acceso de alumnos al Festival y el Banco de Guatemala cubriendo contenidos que son parte del Curriculum Nacional Base. También con las entidades externas como la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), Banco de Desarrollo Rural (Banrural), Superintendencia de Bancos (SIB), entre otras que participan en el Festival, obteniendo también exposición institucional.

Según Wilcox (2006) las funciones de las relaciones públicas son:

- Asesoría e investigación
- Relaciones con los medios de difusión
- Relaciones con los trabajadores
- Asuntos públicos y gubernamentales
- Relaciones multiculturales
- Monitoreo de medios

- Organización de eventos
- Responsabilidad social institucional
- Redes sociales
- Producción de materiales

El Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales del Banco de Guatemala cumple con las funciones presentadas por Wilcox. La función que se desarrolló durante la Práctica Supervisada fue la organización de eventos. Las cuales, según Figueroa (2013), constituyen comunicaciones de gran significación para los públicos. Desde la perspectiva de la comunicación institucional son mensajes que inciden en la conformación de la imagen corporativa. Esta forma directa de relacionarse supone un alto grado de exposición que pone a prueba el prestigio de la institución.

Existen diferentes tipos de eventos, entre ellos se encuentran los de comunicación interna: seminarios de capacitación, conferencias para el personal o reuniones de distintas áreas de la empresa para tratar temas relacionados con el accionar de la organización, premiación por años de servicio, celebración de cumpleaños, entre otros. Los culturales como exposiciones de arte y presentaciones de libros. También están los generales como ferias, congresos y festividades.

Durante el desarrollo de la Práctica Supervisada se realizó la organización de las charlas Históricas del Banco de Guatemala, tres ediciones Festivales de Educación Económico- Financiera, la IV Jornada de Investigaciones de Arte, entre otras.

Para todas las funciones de relaciones públicas es importante utilizar los medios adecuados. Mercado (2002) expresa que “Las relaciones públicas utilizan varios medios para determinar la opinión del público, evaluar las actividades desarrolladas en el campo de su especialidad y comunicarse con los distintos sectores en los que concentra sus esfuerzos” (p.65). Para ello clasificó los medios de las relaciones públicas de la siguiente forma:

Cuadro 2

Clasificación de los Medios en las Relaciones Públicas



Fuente: Mercado, S. (2002). *Relaciones Públicas aplicadas*. México: Thomson.

Acorde al cuadro anterior, se puede visualizar que el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales del Banco de Guatemala utiliza varios de estos medios para sus diferentes públicos. Específicamente, de normas internas de la empresa utiliza los boletines murales, la revista interna *Gentes y Cosas*, carteleras, Manual de Normas y Conferencias. De las manifestaciones públicas aplica las conferencias culturales, concursos, conferencias de prensa, visitas colectivas y cursos, cursillos y seminarios. También entrega objetos de utilidad, diplomas, menciones y presentes.

IV Informe de Práctica

Acorde a lo establecido por el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades, la Práctica Supervisada fue realizada cubriendo el puesto de Relacionista pública de la sección Cultural del Banco de Guatemala, el cual se desempeñó del 8 de junio al 28 de agosto, las principales responsabilidades realizadas fueron:

4.1 Planificación del Festival de Educación Económico-Financiera:

El Festival además de tener el objetivo de dar a conocer el quehacer del Banco de Guatemala, también tiene la finalidad de contribuir en la educación de la niñez guatemalteca, formando parte de la responsabilidad social que tiene la institución. La actividad está enfocada en alumnos de 4º, 5º, y 6º Primaria, comprendidos entre los 8 y 12 años de edad, de escuelas del sector público y privado, tanto de la capital como del interior del país. Consiste en un recorrido por diferentes *stands* interactivos en donde niños y jóvenes aprenden de una manera diferente sobre temas económicos. Se realiza una vez al mes en diferentes departamentos de Guatemala. Durante el tiempo de la Práctica Supervisada se realizó tres ediciones del Festival: en la cabecera departamental de Jalapa el 15, 16 y 17 de julio; en Salamá, Baja Verapaz y San Pedro Carchá, Alta Verapaz del 17 al 21 de agosto.

La organización del Festival de Educación Económico-Financiera se clasifica en cuatro fases: establecer contacto con los públicos estratégicos, organización y elaboración de documentos y materiales, ejecución del Festival y la última fase, retroalimentación y reportes de visitas. El proceso inicia con establecer contacto con entidades aliadas y estratégicas para realizar el evento. Estos actores son la Municipalidad y la Dirección Departamental de Educación del municipio a visitar. El primero proporciona las facilidades del Salón Municipal o de algún espacio apto que cumpla con las condiciones específicas para el Festival y el segundo, ayuda a

organizar la recepción de alumnos coordinando a los establecimientos según horarios hábiles. Para agendar las reuniones hay que coordinar con la comisión del Banco el día a realizar la visita.

El Banco de Guatemala tiene un convenio con el Ministerio de Educación (Mineduc), el cual establece que el Banco de Guatemala con el Festival de Educación Económico-Financiera cubrirá los temas económicos contenidos en el Curriculum Nacional Base. Por su parte, el Ministerio de Educación facilitará al Banco la asistencia de alumnos al Festival. Esto representa una relación estratégica mutuamente beneficiosa, como lo mencionaba Wilcox (2006) en las Relaciones Públicas. También las municipalidades se beneficia de la realización de los Festivales, en el caso de Jalapa, el alcalde la utilizó para proyectar la imagen de la Municipalidad de esa localidad.

Después de establecer las citas en los días y horarios establecidos, se generan los materiales y documentos a presentar: fotocopia del Convenio con el Mineduc, los horarios de recepción de alumnos, el portafolio del Festival, elaboración de agenda con direcciones, teléfonos y contactos, datos de hoteles con tarifas e información adicional y un juego de *Libritos del Banguat*. Todos estos documentos son materiales e insumos de apoyo que sirven para sustentar el proyecto y facilitar su organización.

Durante las reuniones se desarrolló un discurso introductorio en el que se presenta el Festival, en qué consiste, sus beneficios y los requerimientos a solicitar. En la segunda y tercera reunión en la que se participó, el discurso fue más profundo y detallado, se identificó claramente la solicitud que se planteaba a cada institución. Fue necesario aplicar conocimientos de expresión oral y redacción de discursos. También se deben anotar los contactos, teléfonos e información adicional que servirán para darle seguimiento a la organización de la actividad. Tomar fotografías de las instalaciones a utilizar aplicando criterios de fotografía básica como el encuadre y los planos. Estos últimos son indispensables en la logística de la actividad, montaje y desmontaje.

La segunda fase fue de preparativos internos. Se desarrolló: la agenda general, la agenda de los monitores y del elenco de la obra de teatro, cuadros de honorarios, cuadros de distribuciones en el hotel y horarios de recepción de alumnos. Para la elaboración de todos estos materiales se aplicó conocimientos de redacción y la utilización de formatos legibles.

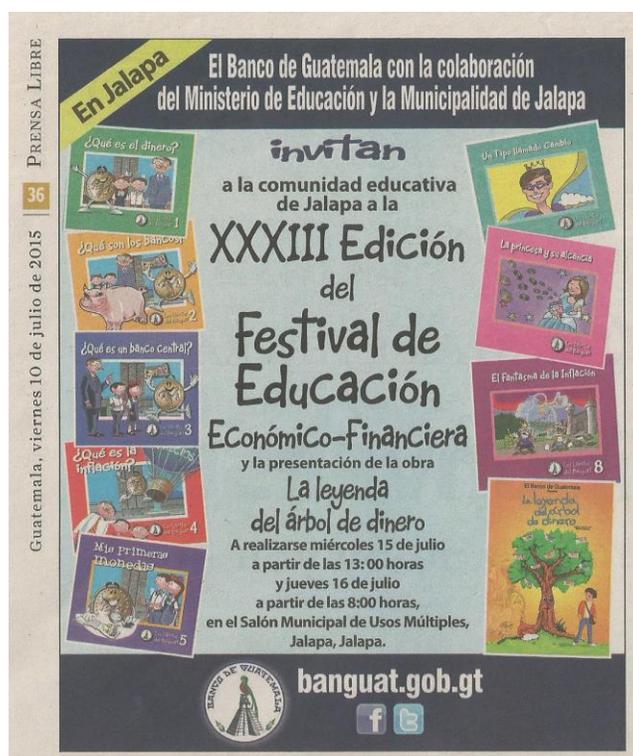
Se mantuvo comunicación con la Municipalidad de cada localidad y la Dirección Departamental de Educación para darle continuidad a las solicitudes de cada entidad, generar cartas o solicitudes que fueran necesarias.

En esta fase se realizó una reunión con las entidades externas que también participan en el Festival: Banco de Desarrollo Rural (Banrural), Superintendencia de Bancos (SIB), Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), Crédito Hipotecario Nacional (CHN) y la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (DIACO). Ellos también son entidades estratégicas ya que con su participación consolidan el Festival, ellos se benefician por medio de exposición de imagen. Para dicha reunión se preparó una presentación con las fotografías de las instalaciones y sus diferentes vistas. Se redactó las agendas generales con especificaciones e información relevante.

Así mismo, se realizó una reunión con las secciones internas que colaboran en el Festival: el Departamento de Seguridad y el Departamento de Mantenimiento. La cual tiene el objetivo de difundir información importante, horarios, personal e insumos a contemplar.

Para ambas reuniones fue importante tener los materiales y las presentaciones aprobadas por contenido y diseño, también el traslado de todo tipo de información que pueda afectar el desarrollo del festival. Informar atrasos, inconvenientes y datos proporcionados por entidades externas. Evitar la desinformación y promover la comunicación entre la comitiva para reducir atrasos.

En esta fase se supervisaron los materiales impresos convenientes con el apoyo de la Sección de Comunicación. Para el Festival de Educación Económico-Financiera en Jalapa se realizó una publicación en Prensa Libre. Se verificó el contenido, la diagramación, el uso de los colores institucionales y la aprobación de las debidas autoridades del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales. La publicación fue de ¼ de página, *full color*, con la tipografía previamente establecida y los colores característicos de los *libritos del Banguat*. En la misma página se realizó otra publicación de mandato legal, otro tipo de publicaciones que realiza el Banco de Guatemala.



Fuente Prensa Libre, 1 de julio 2015.

Para el Festival de Educación Económico- Financiera en San Pedro Carchá se elaboró afiches e invitaciones ya que el Festival era parte del premio otorgado al Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria, Aldea Esperanza Chilatz de San Pedro Carchá, ganadores del Primer Lugar del certamen “Exprésate, participa y vive en democracia: Gobierno Escolar 2015” organizado

por el Ministerio de Educación (Mineduc) y la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ por sus siglas en alemán).

Además de la supervisión del contenido, redacción y diagramación, también se gestionó el envío de los materiales a lo localidad.

El Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria Aldea Esperanza Chilatz

Como parte del premio otorgado por el Banco de Guatemala por haber obtenido el Primer lugar en el certamen

"Exprésate, participa y vive en democracia: Gobierno Escolar 2015"

organizado por el Ministerio de Educación y la Agencia Alemana de Cooperación Internacional,

los invita al

XXXV Festival de Educación Económico-Financiera

que se realizará en el Salón Municipal de San Pedro Carchá, los días 20 y 21 de agosto de 2015, a partir de las 8:00 horas.

San Pedro Carchá, Alta Verapaz, agosto de 2015

¡Te esperamos!

El Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria Aldea Esperanza Chilatz

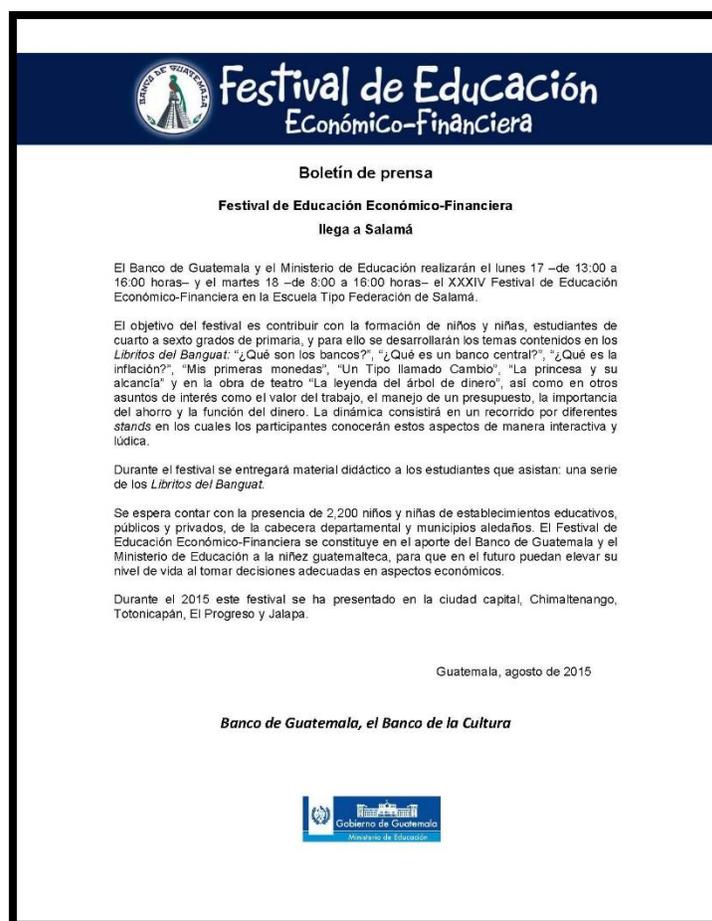
Ganador del Primer lugar del certamen **"Exprésate, participa y vive en democracia: Gobierno Escolar 2015"** organizado por el Ministerio de Educación, y la Agencia Alemana de Cooperación Internacional,

tiene el agrado de compartir con ustedes el premio otorgado por el Banco de Guatemala, invitándoles al **XXXV Festival de Educación Económico-Financiera.**

San Pedro Carchá, Alta Verapaz, agosto de 2015

Días: 20 y 21
Hora: según horario asignado
Lugar: Salón Municipal de San Pedro Carchá, Alta Verapaz

En esta fase también se redactan los Boletines de prensa que se entregan a los medios que visitan el Festival. Nuevamente, con el apoyo de la Sección de Comunicación se realiza el Boletín, el cual contiene información básica del evento, horarios, lugar y datos relevantes como la cantidad aproximada de visitantes y la entrega de los Libritos del Banguat.



Boletín de Prensa Festival de Educación Económico-Financiera en Salamá, Baja Verapaz.

Esta fase finaliza con la verificación de carga del camión con insumos acorde a la cantidad de alumnos a recibir y materiales a utilizar para el desarrollo del Festival. Incluir versiones impresas de todos los materiales y documentos con su debida aprobación.

La tercera fase es el desarrollo del Festival de Educación Económico-Financiera. Las tres ediciones en las que se participó se desarrollaron sin inconvenientes. El montaje de los *stands* y la escenografía forma parte de la logística del evento, así como verificar el hotel y estadía de todos los participantes: monitores y elenco de la obra de teatro.

Durante el Festival se debió estar pendiente de entregar los boletines de prensa y atender a los medios facilitando entrevistas e información detallada. La comunicación periodística forma parte de líneas comunicacionales que el Banco de Guatemala busca abarcar con su estrategia de Comunicación Institucional 2011-2015. Es importante ya que es la interrelación que vincula a la Institución con los medios de comunicación, por medio de sus representantes periodísticos, con el fin de informar y orientar a la opinión pública y beneficiar la imagen del Banco.

En la responsabilidad de monitora fue necesario aplicar conocimientos de expresión oral y corporal, relacionándolos con mediación de contenido. Para la comprensión del contenido económico-financiero se requieren conocimientos técnicos los cuales no son del dominio de todos, especialmente para alumnos de primaria del área rural, por lo que fue pertinente mediarlo pedagógicamente de manera que fuera acorde a su edad y escolaridad. La postura y la comunicación corporal son necesarias para llamar la atención de los niños pero sin distraerlos. El tono y la pronunciación es parte importante, ya que por ser un espacio abierto, con ruidos y distracciones, es indispensable contemplar dichos aspectos, tener un tono de voz adecuado. Como recursos orales se utiliza el diálogo, por medio de una ejemplificación en la ventanilla de canje, una de las funciones de los bancos comerciales. También se usó la narración para referirse a sucesos históricos sobre el origen de los bancos a modo de cuento. Y el discurso informativo en el que directamente se explican las funciones principales de un Banco.

Otra de las responsabilidades que se desarrolló fue la participación como bailarina en la obra de teatro. Lo cual permite poner en práctica habilidades diferentes en las que se aplica comunicación corporal. La obra de teatro "La Leyenda del Árbol

de Dinero” refuerza la importancia del trabajo para ganar dinero de forma honrada, da a conocer la importancia del ahorro y las principales funciones que cumple el Banco de Guatemala. Dicha obra entre en el género de Teatro Educativo el cual por medio de obras de teatro aplica conocimientos mediados y aptos al público.

Como parte del Festival en Jalapa se realizó la capacitación llamada “Formador de formadores” en la cual participaron 62 maestros de nivel primaria y secundaria del sector público. En esta capacitación se tomaron fotografías y se participó en la logística: recibir docentes y entregar de diplomas de participación. También hubo una breve participación del equipo de monitores, proponiendo a los asistentes posibles preguntas a realizar en clase, basándose en los *libritos de Banguat*, para darle seguimiento a la educación económica en el salón de clases.

En las ediciones del Festival de agosto, se participó como coordinadora del Festival, cumpliendo con las funciones de supervisar y ayuda en el montaje y desmontaje de los *stands* y escenografía, coordinar la distribución de alumnos en el recorrido del festival, atender las diferentes eventualidades que se pudieran presentar, recibir a los medios de difusión, entregar los boletines de prensa, tomar fotografías, coordinar horarios, distribución de espacios y relación con las entidades externas, asignar las habitaciones en los hoteles del personal que nos acompaña y tener relación directa con los monitores. Durante estos Festivales no se presentó mayor inconveniente, se contó con el apoyo del personal de mantenimiento, técnicos y seguridad.

En la fase final del Festival de Educación Económico-Financiera se realizó los reportes de alumnos atendidos durante el Festival. Se trasladó al supervisor para aprobarlo. Luego se compartió con las entidades externas para que se difunda dicha información a modo de alcance de la actividad. Es importante resaltar que se atendió, entre los tres festivales, a 52 establecimientos educativos públicos y un total de 6,850 alumnos.



Monitora del stand "¿Qué son los Bancos?"
16 de julio 2015



Equipo de Monitores y Coordinador en el Festival de Educación Económico- Financiera en Jalapa, del 15 al 17 de julio 2015



Participación en la Capacitación Formador de Formadores en Jalapa, 17 de julio 2015

4.2 Asistencia en la planificación de actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala.

Las actividades en las que se participaron fueron:

- Entrega premio en el certamen “Exprésate, participa y vive en democracia: Gobierno Escolar 2015” organizado por el Ministerio de Educación (Mineduc) y la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ por sus siglas en alemán), 12 de junio.
- Exposición Reseña Histórica en la Sala de Exposiciones 17 y 19 de junio.
- V Jornada de Investigaciones de Arte, 31 de julio.
- Homenaje 20, 25 y 30 años de servicio, 7 de agosto.

La primera actividad en la que se participó tuvo la finalidad de aprender la dinámica de las actividades externas en las que participa el Banco de Guatemala. En esta ocasión era un evento con una entidad aliada, el Ministerio de Educación. La participación del Banco consistió en entregar al ganador del primer lugar del concurso, una edición del Festival de Educación Económico- Financiera en su municipio para que compartieran el premio con las demás instituciones educativas de su comunidad. Además de recolectar información para las notas periodísticas, se recolectó los datos de los principales contactos para dar inicio al trámite del premio.

Para la exposición realizada el 17 de junio, se colaboró presentando al expositor y supervisando el evento. La charla estuvo dirigida a los estudiantes de la carrera de Perito Contador con orientación en Computación del Liceo Cristiano Beth Shalom de Amatitlán, quienes trabajan en un proyecto referente a la Historia del Banco de Guatemala y la Evolución de la Moneda, visitaron las instalaciones del Banco y participaron en la exposición “Reseña Histórica del Banco de Guatemala” impartida por el licenciado Ricardo Martínez. Para la redacción de la presentación se solicitó información académica y se tomó como ejemplo presentaciones anteriores que fueron proporcionadas.

Así mismo, por ser el primer evento en el que se participaría, el encargado de la organización y supervisión de eventos impartió una breve inducción respecto a todos los insumos, correos y acciones que requiere un evento interno. Proporcionó los datos de las personas encargadas de la sección de informática y servicios administrativos, también cómo se solicita refacciones a la cafetería. Un día anterior al evento se supervisó el que el audio y video del salón funcionaran, que el montaje fuera el solicitado. El día del evento se estuvo presente una hora antes de su inicio, verificando nuevamente que el audio y video fueran óptimos. Llevando las agendas, papelería, apuntador y material a utilizar. Se confirmó el ingreso de los estudiantes y se les ubicó en la sala de exposiciones. Todas estas acciones forman parte de la organización de un evento. Así como menciona Figueroa (2013) la buena organización de eventos es fundamental para la exposición y presencia de la institución y, en especial, para la conformación de la imagen.



Presentando al Licenciado Ricardo Martínez en la exposición, 17 de junio 2015



Estudiantes del Liceo Cristiano Beth Shalom de Amatitlán, 17 de junio 2015

La exposición del 19 de junio se titulaba “El papel del banco central en la economía del país” impartida por el licenciado Erick Vaides a estudiantes de ingeniería de la Universidad Rafael Landívar, sede en Zacapa. Para esta actividad se desarrollaron las mismas funciones: la presentación del expositor y supervisión del evento. Para la redacción de la reseña del expositor, además de que se recopiló información por medio de una breve entrevista oral, se tomó en cuenta conocimientos y criterios básicos de redacción y gramática. Durante la presentación se consideró elementos de expresión visual como la postura, el tono de voz, la dicción, la mirada y la comunicación no verbal. El día del evento se estuvo presente minutos antes de su inicio, verificando nuevamente que el audio y video fueran óptimos, contando con la ayuda del personal del Departamento de Informática. Ambas exposiciones se desarrollaron satisfactoriamente.

También se participó en la IV Jornada de Investigación de Arte *Carlos Mérida* en el Centro Cívico. Esta es una actividad estratégica, utilizando un fuerte atributo que tiene la institución, ser llamado el “Banco de la Cultura” y contar en el edificio con pinturas y murales de artistas guatemaltecos reconocidos. La actividad además del énfasis artístico y cultural que tiene, también busca tener acercamiento con un público específico: el gremio artístico y centros de investigaciones de arte. La actividad se desarrolló de forma correcta, al finalizar se les entregó a cada asistente dos libros editados por el Banco de Guatemala. Se verificó el montaje del evento. Durante la actividad se recibió a los asistentes, se llevó el control de asistencia y se supervisó la entrega de programas y libros.



Participación en la IV Jornada de Investigación de Arte
“Carlos Mérida en el Centro Cívico”, 31 de julio 2015

El homenaje 20, 25 y 30 años de servicio al Banco de Guatemala es una de las actividades internas que organiza el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales en el que se refuerza la identidad institucional. Esta actividad está enfocada exclusivamente en un segmento del público interno del Banco, sus colaboradores más antiguos. Trabajar de 20 a 30 años en una misma institución genera en el colaborador un alto grado de identificación y pertenencia, los cuales se deben de aprovechar para incentivar a las generaciones “jóvenes” y quienes no tienen enraizada la ideología, valores y creencias de la institución, es decir su cultura corporativa. También es un aspecto a favor ante la coyuntura nacional actual, ya que hay una creencia firme en la institución que difícilmente sea dócil de cambiar o de perder credibilidad.

Para el homenaje realizado el 7 de agosto, se colaboró en la logística y gestiones previas al evento, además de hacer la presentación que se proyectaría con información de cada uno de los colaboradores. Para la elaboración de la presentación fue necesario contemplar la identidad corporativa con Enfoque del Diseño la cual menciona Capriotti (2009), elementos visuales y a la imagen física del Banco. Usar el característico azul institucional; con letras plateadas, la cuales denotan elegancia y una tipografía formal: Baskerville Old Face. Se transcribió la información proporcionada por el Departamento de Recursos Humanos y se comparó con la que el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales tenía. También se colaboró en la logística del evento, se coordinó la entrega de los presentes, se ayudó en la distribución de invitados, asistencia en el montaje y participación en el ensayo general.

En este tipo de eventos es importante contemplar el protocolo, ya que altas autoridades de la Institución participan en ella. “Los ejecutivos refleja el grado de educación que posee, habla de la compañía para la cual trabajan y favorece o daña la imagen la Institución que representa” (Solé, 2007). No debe pasar por alto ningún mínimo detalle referente a la colocación de las banderas, los lugares en la

mesa aplicando la regla del Centro Métrico, la mantelería y cristalería, el área para tomar fotografías.

Debido a la magnitud de esta actividad, participaron todos los colaboradores del Departamento tanto en su organización como en su desarrollo. El evento cumplió con su cometido, a la semana siguiente alguno de los colaboradores homenajeados, manifestaron su agradecimiento al Departamento por haber organizado la actividad, haciéndolos sentir valiosos para la institución.

4.3 Redacción de textos periodísticos:

A pesar de no ser una responsabilidad directa, se colaboró en este espacio, principalmente cubriendo los eventos de la sección de Relaciones Institucionales y Cultura. Los textos se clasificaron en textos periodísticos para la Revista Gentes y Cosas, textos para la sección de Últimas Noticias y Mensajes para fechas especiales.

Gentes y Cosas es una revista mensual de circulación interna cuyo contenido incluye actividades sociales, culturales y educativas que realiza el Banco de Guatemala. También incluye artículos de temas varios e interesante como tecnología, salud y nutrición. La revista está dirigida a un público interno importante, los colaboradores del Banco de Guatemala. La redacción que se utilizó fue clara, concisa, directa y resaltando lo importante y/o positivo que realizó el Banco como institución o alguno de sus colaboradores, así como ascensos, nuevos ingresos, logros académicos, entre otros. Procurando que no sean artículos de larga extensión, sino que sean cortos con detalles relevantes. Utilizando un lead (entrada) que contara las cinco preguntas fundamentales: ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Por qué? y ¿Para qué?, aplicando la estructura de la pirámide invertida.

La diagramación estuvo a cargo de colaboradores especializados de la Sección de Comunicación, quienes conocen los diseños característicos de la revista y que ya están aprobados. Se utilizó los colores institucionales de base y, dependiendo del

contenido, se utilizaban colores y tipografías características como en los artículos del Festival de Educación Económico- Financiera que utiliza la tipografía establecida y los colores de los *libritos del Banguat*.

La selección de fotografías las realizan los diagramadores junto al redactor del artículo, quien escribe los pies de fotografía. Se eligen fotografías representativas de la actividad y en las que se presenten colaboradores del Banco. Se contempló conocimientos de encuadre, plano, enfoque y estética.

Finalizado el tiempo de la Práctica Supervisada se redactaron 15 textos para la revista. Los cuales pasan por un largo proceso de selección y edición antes de ser publicados. Todos los textos son enviados al jefe de la sección de Comunicación, área encargada de la revista, luego son trasladados al editor, luego al diagramador y finalmente se trasladan al jefe del departamento y luego a las autoridades quienes revisan el texto en contenido y diseño y realizan sus modificaciones, hasta que sean aprobados.

Los textos redactados, en orden cronológico, fueron:

- Entrega de la Orden del Arrayán
- Entrega de premio en el Certamen de Gobiernos Escolares 2015
- Detalles en el día del padre
- Fabricando un padre (texto basado de una lectura)
- El día del maestro
- Exposición reseña histórica del Banco de Guatemala
- Festival de Educación Económico- Financiera edición de junio en El Progreso
- Alegre pastel de aniversario
- Festival de Educación Económico- Financiera edición de julio en Jalapa.
- Capacitación formador de formadores
- Los rostros del Festival (Reportaje)
- IV Jornada de Investigación de Arte *Carlos Mérida* en el Centro Cívico
- Homenaje 20, 25 y 30 años de servicio

- Festival de Educación Económico- Financiera edición de agosto en Salamá.
- Festival de Educación Económico-Financiera edición de agosto en San Pedro Carchá.

Hubo textos que se redactaron basándose en el video del evento, como el caso del artículo de la entrega de la Orden del Arroyan, premio que la Fundación G&T le otorgó al Banco de Guatemala por su labor artística y de promoción del arte, apoyando el desarrollo de la cultura del país. En este texto fue importante resaltar lo que el premio representaba y las autoridades que participaron.

Los artículos relacionados al Festival de Educación Económico-Financiera contenían datos como la localidad donde se realizó, la cantidad de alumnos que asistió y fotografías que refuerzan el contenido y que demuestran los atributos de la actividad: el recorrido por los *stands*, la obra de teatro y los *libritos del Banguat*.

Festival de Educación Económico-Financiera en Guastatoya
 María Fernanda Molina Valdés

Victory y su interacción con los alumnos

Alfajandra relata el cuento "La princesa y su alcancía".

El Banco de Guatemala y la Superintendencia de Bancos, con el apoyo del Ministerio de Educación, realizaron el 26 y 27 de mayo el XXXII Festival de Educación Económico-Financiera en la Escuela Tipo Federación de Guastatoya, El Progreso.

Al evento concurrieron numerosos alumnos de varias instituciones educativas del municipio, quienes tuvieron la oportunidad de participar y aprender en los *stands* interactivos donde les atendieron los monitores, quienes se encargaron de explicar lúdica y profesionalmente a los alumnos y maestros los temas de los *Libritos del Banguat*: "¿Qué es el dinero?", "¿Qué son los bancos?", "¿Qué es un banco central?", "¿Qué es la inflación?", "Mis primeras monedas", "La princesa y su alcancía" y "Un Tipo llamado Cambio".

En esta ocasión se contó con la participación del *stand* de la Sección de Bibliotecas del Banco de Guatemala, que informó a los alumnos sobre su quehacer: su acervo bibliográfico, el número de bibliotecas del Banguat en el país y la invitación a visitar las mismas. La Sección de Investigaciones Especiales del Banguat también se hizo presente para

Sihefany expone el tema "¿Qué son los bancos?".

proporcionar información sobre cómo reconocer los billetes auténticos y los falsos.

Los estudiantes pudieron ver en escena la comedia musical "La leyenda del árbol de dinero" —escrita y dirigida por el dramaturgo Ricardo Martínez, jefe de la Sección de Relaciones Institucionales y Cultura—, la cual explica de forma divertida la importancia del ahorro y de los bancos, así como las funciones principales del Banco de Guatemala.

Al finalizar su recorrido por los *stands* los niños y jóvenes participantes recibieron una colección de los materiales didácticos editados por el Banco de Guatemala, una alcancía con forma de moneda para inculcarles el hábito del ahorro y el "ABC de educación Financiera" de la Superintendencia de Bancos.

Participación de la Sección de Investigaciones Especiales

Stand de la Biblioteca Central del Banguat.

Aprendiendo la importancia del ahorro

Alumnos en plena acufación de monedas.

Junio 2015

Artículo Festival de Educación Económico-Financiera edición de Junio en Guatatoya

También se redactó artículos correspondientes a las festividades sociales del mes, por ejemplo el Día del Padre y el Día del Maestro. En ambos artículos además de hacer una remembranza del día y de a quién se celebra, se busca extender una felicitación a los colaboradores que son padres y/o maestros/catedráticos.



Artículo sobre el Día del Maestro publicado en la edición de junio de la revista Gentes y Cosas

Hubo artículos para los cuales se debió investigar lenguaje técnico, por ejemplo para el de la IV Jornada de Investigación de Arte, donde además de que se contempló recursos de ortografía, redacción debió documentarse previamente sobre algunos conceptos técnicos arquitectónicos que se desconocía.

El reportaje “Los Rostros del Festival” fue una idea que se propuso al supervisor, la cual tuvo el objetivo de dar a conocer quiénes son las personas que entregan el producto final de esa actividad, es decir los monitores y el elenco de la obra de teatro. Dar a conocer a los monitores resaltando la cualidad de ser jóvenes

estudiantes, que se identifican con el Festival y han trabajado indirectamente con el Banco desde hace 2 o 3 años, por lo que ya están familiarizados con la institución.

Así mismo está el elenco de la obra de teatro integrado por actores de renombre y con amplia trayectoria artística, por lo que es pertinente dar a conocerlos a los colaboradores. Es parte de que se identifiquen con el quehacer social que el Banco realiza. También refuerzan la aplicación del teatro educativo por medio de la obra “La leyenda del árbol de dinero”.

Para desarrollar este tema se utilizó un reportaje, el cual es un texto informativo en el que se desarrolla de manera amplia un tema concreto. Para la redacción de este reportaje se pasó a los monitores y elenco una cuestionario durante la edición anterior del Festival. Se utilizó la estructura básica de un reportaje: introducción, desarrollo (con testimonios) y conclusión. En la introducción se mencionó generalidades del Festival: qué es, desde cuándo se realiza, en qué consiste, etc. También se conceptualiza la palabra “monitor” a modo de introducir el tema.

A cada monitor se le colocó información personal básica: nombre, edad, ocupación, antigüedad, *stand* que imparte y una frase en la que describa qué representa para él/ella ser monitor. La redacción fue simple y directa, a modo de informar y no narrar, sino presentar de forma concisa información que refleje que son jóvenes, que son estudiantes y la noción de cada uno sobre ser monitor.

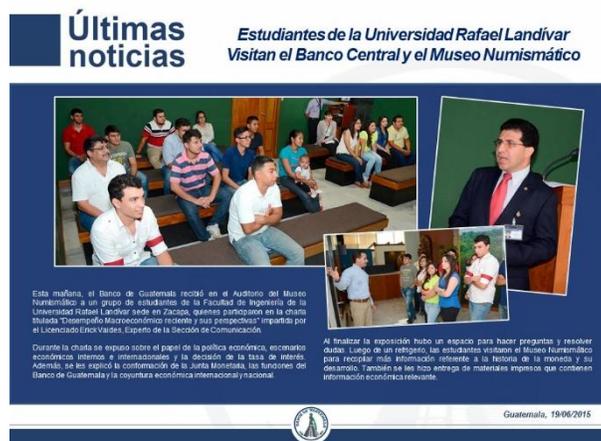
Con el elenco de la obra de teatro, se introdujo con el teatro educativo, se colocó información personal: nombre, años de trayectoria, tres obras sobresalientes de su repertorio y una frase que refleje qué significa actuar en una obra educativa. De igual forma la redacción fue simple y directa, donde represente que son actores con experiencia. Son personas que los colaboradores del Banco los identifica por estar expuestos en escena, lo cual, además de darle valor a su trabajo artístico, hace que los demás colaboradores los conozcan e identifiquen como participantes indirectos de la institución.

Las fotografías y la diagramación se trabajaron con uno de los colaboradores del departamento, encargado de esa área. Las fotografías fueron tomadas durante el Festival de Educación Económico-Financiera anterior. Y fueron propuestos varios diseños, pero se eligió el que mejor se adaptaba al estilo de la revista y al espacio con el que se contaba. Los eventos internos guardaban el estilo de redacción formal y una rigurosa selección de fotografías. La diagramación previamente establecida acorde al estilo de la revista.

Otra de las actividades realizadas fue la redacción para la Sección de Últimas Noticias. A diferencia de la redacción para la revista Gentes y Cosas, esta sección se caracteriza por su redacción clara y directa, ya que esta información es enviada por medio de correo electrónico a los colaboradores para que cuenten con información actual del quehacer del Banco. Fue necesario que se determinaran las ideas claves y de importancia para los lectores. La inmediatez es un factor indispensable por tratarse de un medio digital. Se incluyeron datos precisos y en la revista se detalló y profundizó más.

Textos redactados:

- Entrega de premio al ganador del concurso Gobiernos Escolares
- Exposición 19 de junio
- Alegre pastel de aniversario



Últimas Noticias, Exposición "El papel del banco central en la economía del país", 19 de junio 2015

La elaboración de mensajes fechas especiales fue otras de las actividades que se desarrolló durante la Práctica Supervisada. Se envió un mensaje por correo electrónico a los colaboradores alusivo a las festividades, por ejemplo el Día del Padre y el Día del Maestro a los maestros que colaboran en Guatebanco.

Para esto fue importante considerar el análisis semiótico y los elementos visuales a utilizar. Los colores blanco y azul, característico de los demás materiales visuales del Banco. Las fotografías elegidas por el encargado de Últimas Noticias, tomada alguno de los fotógrafos del departamento. Se eligieron imágenes que no estuvieran fuera de contexto. La redacción del texto es directa sin detalles y la tipografía se utilizó la previamente establecida. De los mensajes realizados se entregaron varias propuestas, el mensaje final fue elegido por el director del departamento.



Mensaje Día del Padre

V Reflexión sobre la experiencia

Durante el desarrollo de la Práctica Supervisada se demostró cómo la teoría se aplica a la práctica y viceversa, cómo la práctica verifica la teoría. Sin embargo la teoría es la base del ejercicio profesional que está sujeto a variantes de diferente índole durante su aplicación. Éstas dependen del tipo de institución en la que se trabaje, las circunstancias que se presenten, los requerimientos de los supervisores, entre otras.

Se tuvo la oportunidad de realizar la Práctica Supervisada en el Banco de Guatemala, institución con amplia trayectoria histórica, con una labor importante para el desarrollo económico del país y con referencia artística. Se tenía conocimiento del Festival de Educación Económico-Financiera como una de las actividades principales de Departamento, por lo que colaborar en su organización fue una experiencia positiva que permitió desarrollar capacidades y conocimientos.

El Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales, dentro del organigrama, se encuentra ubicado dentro de la Gerencia Administrativa. Según Villafañe (1993) la comunicación dentro de una institución es una función estratégica gerencial, es decir, que debe estar en el mismo estrato que una gerencia general, ya que es el departamento encargado no solo de difundir información a los colaboradores relacionada a la labor de la institución sino también de promover la cultura organizacional y de verificar el estado de la imagen e identidad. Además tener contacto directo con los funcionarios de alta rango, gerentes y presidencia es indispensable, principalmente en momentos de crisis. Son aspectos que van más allá del tema económico, sino que también vela por lo interno de la institución.

Antes de que se comenzara a desarrollar funciones e involucrarse en el departamento, se realizó durante dos días lectura referente a la Institución y capacitación en las diferentes áreas de la sección. El primer paso antes de emprender un proyecto, desarrollar una idea o llevar a cabo un plan de trabajo, es

informarse, investigar y realizar un diagnóstico general con el fin de saber en qué punto estamos ubicados, cuál es la situación y contexto actual, fortalezas, debilidades, con qué herramientas contamos, entre otras variables. Los días de lectura y capacitación fueron importantes ya que se conoció a profundidad la institución, su historia, estructura y forma de trabajo. Se leyó la estrategia de comunicación institucional 2011-2015 en la cual se basa el departamento, muestra claramente las líneas de trabajo y los diferentes proyectos con los que trabaja el Banco de Guatemala para comunicarse con sus distintos públicos. Ante este aspecto se leyó referente a leyes, temas legales y términos técnicos para su comprensión.

Dentro de las funciones que se desempeñaron a lo largo de la Práctica Supervisada estuvo la organización y participación en los Festivales de Educación Económico-Financiera. Esta actividad forma parte de la responsabilidad social de la institución con la cual además de promover la educación económica, ayuda a reforzar la misión y funciones del Banco de Guatemala.

Según Wilcox (2006) las relaciones pública tienen la función de generar relaciones mutuamente beneficiosas, para esta actividad se tiene relaciones beneficiosas con el Ministerio de Educación y Municipalidad de la localidad, quienes son públicos estratégicos, ya que por su rol con el Banco de Guatemala en la planificación de dicha actividad, se definen como aliados. También hay públicos secundarios como la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), Banco de Desarrollo Rural (Banrural), Superintendencia de Bancos (SIB), entre otras que participan en el Festival, obteniendo también exposición. En este aspecto, se desempeñó ser el vínculo entre el Banco y ellas, trasladar información actual y mantener comunicación constante, atender las diferentes eventualidades de cada entidad.

Las pláticas y comunicaciones con las diferentes dependencias y con la Dirección Departamental de Educación para continuar con la organización de la actividad forman parte de la logística que, como todo evento, debe haber para su realización. En este aspecto es imprescindible la comunicación con el supervisor,

a pesar de ser quien delega responsabilidades, la comunicación de todo avance o demora es importante hacerlo de su conocimiento. Así mismo con la elaboración de documentos, los cuales ya tiene formatos o datos establecidos, sin embargo su revisión y autorización son aspectos que si no se consideran, pueden generar demoras.

Los temas económico-financieros son complicados de comprender debido a la complejidad y el lenguaje técnico que no es del dominio de todos, especialmente para alumnos de primaria del área rural, por lo que la mediación de contenido es fundamental para el éxito del Festival. Mediar es crear un nexo entre los interlocutores y el aprendizaje, función que realiza el Banco de Guatemala. Durante la Práctica Supervisada se verificó que los materiales están mediados desde el tratamiento del contenido, de la forma y del aprendizaje.

Según Prieto (2002) el estar inserto en una cultura hace a cada emisor un actor, de la misma, y ello significa mucho más que el mero hecho de idear y difundir un mensaje con determinada intencionalidad. Por lo que se necesitó contemplar el entorno social en el que se realizó la actividad y tener conocimiento de las edades a tratar. La edad fue la característica que determinó el enfoque del discurso oral, no fue lo mismo tratar un tema económico con alumnos de cuarto primaria que con alumnos de la carrera de perito contador.

Los monitores se convirtieron en los emisores directos, se verificó el lenguaje a usar, los ejemplos y la diversidad cultural. Además de aplicarlo en el discurso oral, también están los *libritos del Banguat* los cuales son materiales educativos elaborados, diseñados, diagramados y reproducidos con la finalidad de llevar un mensaje claro y educativo. Cumplen con las características de claridad, atracción y facilidad de comprensión del mensaje.

Así mismo está implementada la capacitación “Formador de formadores” que busca dar a los docentes las herramientas para que el aprendizaje y experiencia vividos en el Festival de Educación Económico-Financiera perduren y continúen utilizando el material proporcionado.

Los elementos de expresión oral no pueden hacer falta en un monitor. Además de facilitar el conocimiento también influye la forma en que se haga. No es solo decirlo, sino cómo decirlo. La postura y la comunicación corporal fueron necesarias para llamar la atención de los niños pero sin distraerlos. El tono y la pronunciación son importantes, ya que por realizarse la actividad en un espacio abierto, con ruidos y distracciones, fue indispensable tener un tono de voz adecuado. Se usó la narración para referirse a sucesos históricos a modo de cuento. Se aplicó el discurso informativo en el que directamente se explicaron las funciones principales de un Banco por medio de una ejemplificación en la ventanilla de canje, donde con participación activa y el diálogo, uno o dos alumnos realizaron un canje aplicando conocimientos de matemática básica. Además de desarrollar habilidades comunicacionales, fue necesario contar con buena actitud. A pesar de recibir a muchos grupos de estudiantes durante la jornada, el discurso debió ser dado con la misma actitud e intensidad desde el primer grupo hasta el último.

Para la organización de eventos fue necesario ser eficiente en la logística. Como su propio nombre lo indica es necesario tener la capacidad de organizar y planificar tiempo, espacios y recursos para su elaboración. Según Figueroa (2013), los eventos inciden en la conformación de la imagen corporativa, principalmente los eventos internos que son vitales en el ambiente organizacional. Durante el desarrollo de la Práctica Supervisada, además de tres ediciones Festivales de Educación Económico- Financiera, también se participó en la organización de las Exposiciones Históricas del Banco de Guatemala, la IV Jornada de Investigaciones de Arte y el homenaje a empleados.

Para la organización de eventos se tomó en cuenta pasos básicos, como el tipo de evento a organizar: puede ser artístico, cultural, social o educativo. Luego el público al que iba dirigido, por ejemplo colaboradores del Banco con cierta cantidad de años de servicio, alumnos nivel primaria de determinada localidad o centros de investigación artísticos. Datos elementales como la fecha, hora y lugar a desarrollarse. El objetivo que tenía la actividad, aspecto fundamental para su

organización ya que todos los esfuerzos logísticos y comunicacionales se dirigieron al fin que tenía el evento. Los medios de comunicación que se utilizaron, tanto entre los organizadores como con los invitados. Con los organizadores se mantuvo buen flujo de información, en especial cuando se han delegado responsabilidades y todas deben tener la misma dinámica y diseño. En la sección de Relaciones Institucionales y Cultura, se tenían reuniones semanales para delegar quehaceres, se mantenía comunicación constante por correo electrónico y el espacio estaba abierto para resolver dudas inmediatas con el jefe de sección.

Adicionalmente se verificó el diseño e información de las invitaciones o afiches, contemplando conocimientos de diagramación y enfoque de diseño institucional.

De forma paralela se desarrolló el contacto con las personas que brindaron el servicio de alimentos y bebidas, el mobiliario, floristería y decoración. Se habló con los encargados de audio y tecnología para solicitar fechas. Y se creó el programa del evento considerando tiempos. Luego de esa fase preparatoria, se procedió al montaje del evento el cual debe coincidir con lo estipulado, se consideró elementos de protocolo según las autoridades o funcionarios a participar.

El día del evento se estuvo con tiempo de anticipación, nuevamente coordinando que todos los insumos estuvieran en orden. Durante el desarrollo de la actividad se estuvo pendiente de que los invitados necesiten algo, se apoyó al expositor y se coordinó la entrega de materiales. Finalizado los eventos se verificó que todos los insumos fueran devueltos y se dio la respectiva retroalimentación.

En cuanto a la redacción de textos periodísticos y elaboración de mensajes, se aplicó conocimientos de géneros periodísticos. La redacción que se utilizó fue clara, concisa, directa y resaltando lo importante. Dicha actividad requería habilidad de precisión para poder elegir la información relevante, capacidad de poder redactar de forma clara y directa. Se utilizó un lead (entrada) que contestara las cinco preguntas fundamentales: ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Por qué? y ¿Para qué?, aplicando la estructura de la pirámide invertida. Se

redactó textos que no fueran de larga extensión, sino cortos con detalles relevantes.

En los textos fue importante la promoción de los valores institucionales: lealtad, honestidad, responsabilidad, respeto y espíritu de servicio, aspecto que se relacionó con los valores landivarianos: Justicia y ética, principalmente. Se mantuvo la línea editorial para lo cual se leyeron varias ediciones anteriores de la revista, saber discernir los temas libres a redactar, se prestó mucha atención a los hechos a relatar y, en especial, cómo plasmarlos en palabras. El protocolo en la escritura fue fundamental. Finalizada cada edición, se solicitó al editor retroalimentación de los textos redactados para tener conciencia de qué aspectos modificar y mejorar para futuros textos. Cada edición era un constante aprendizaje. Mientras más se redactó, menos modificaciones hubo.

Debido a la naturaleza de la entidad, una institución autónoma con labor económica, es vital mencionar que la Política Institucional de Comunicación y Seguridad es rígida y está claramente establecida. Por tal motivo todo documento debe ser aprobado por los supervisores, no es permitido que un documento sea publicado, compartido por vía electrónica o impresa o entregado a personas ajenas a la institución sin la previa evaluación, aprobación y firma del supervisor o jefe de sección. Son pautas que por autoridad se deben cumplir para evitar confusiones, las cuales favorecen la ejecución de toda la institución y generaliza procesos.

El manejo de la comunicación de una institución como el Banco de Guatemala, la cual busca que la sociedad guatemalteca comprenda su quehacer y que su percepción sobre la misma sea positiva, debe ser transparente, responsable, oportuna, ecuánime y ética. La comunicación institucional debe ser objetiva, reducir especulaciones, realizarse con la prontitud necesaria y suministrada a todos los agentes económicos y a la población en general en igualdad de condiciones, siempre cumpliendo con los valores institucionales y con la ética que requiere la comunicación.

Por tal motivo, hay muchos formatos ya establecidos y autorizados. Por ejemplo, todos los diseños de la revista Gentes y Cosas, tiene definidos los colores, tipografías, márgenes, imágenes y tamaños, por lo que generar diseños diferentes o con cambios radicales son modificados a los establecidos. Con la redacción de textos también está dispuesto qué publicar y en qué forma hacerlo. Como en toda sala de redacción y edición, los textos son modificados acorde a las disposiciones de la línea gráfica y editorial de la revista, y a las pautas establecidas por autoridad. El formato y redacción de los boletines de prensa ya están concretados. Los formatos de los documentos que se utilizan en la organización del Festival de Educación Económico-Financiera ya están estandarizados, en este sentido está acción es favorable ya que agiliza la planificación cada edición.

Las gestiones administrativas son precisas y se enmarcan en protocolos y normas establecidas; cartas solicitudes, formularios, procedimientos, horarios, etc. tienen una serie de procedimientos que se debe seguir y guardar su normativa. El Banco de Guatemala tiene una gran estructura en la que la uniformidad de procesos y dinámicas administrativas son fundamentales para la armonía y coordinación de secciones, departamentos y gerencias.

Todas las acciones giran en torno a temas económicos, financieros e incluso legales, para esto es preciso tener conocimiento en estos temas. El Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales está integrado por colaboradores con diferentes profesiones: comunicadores, diseñadores gráficos, abogados, administradores de empresas, economistas, auditores, humanistas y educadores. La fusión de profesiones es un componente que fortalece al departamento. Es importante que se desarrollen estrategias y actividades con bases comunicacionales siempre bajo los criterios y conocimientos de economía, legalidad, administración y con el apoyo fundamental de diseño y producción de audiovisuales. Esto demuestra la importancia y funcionalidad de los comunicadores integrales. Ser profesionales que tengan conocimiento en diferentes disciplinas como derecho, administración, gestión de proyectos, entre otras que permiten el desarrollo profesional de forma eficiente.

La Práctica Supervisada favoreció en la integración de conocimientos adquiridos a lo largo de estos años de estudio. Los conocimientos fueron las herramientas y parámetros que se utilizaron para su verificación y variante en la práctica, dependiendo de las diferentes actividades que el puesto o el departamento requirieran. Acorde al área de comunicación en la que se trabajó, relaciones públicas y comunicación organizacional, los teóricos vistos en clases fueron los más representativos.

El curso de relaciones públicas y el de protocolo fueron completos y abarcaron los temas y aspectos básicos de esa área comunicacional. Considero conveniente que ambos cursos tenga continuidad para mejorar su aplicación y profundizar en el conocimiento, especialmente poder realizar más en el área práctica. Géneros Periodísticos y Taller de Expresión Escrita, fueron cursos que brindaron gran apoyo en la Práctica para poder aportar en la revista y en la redacción de todo documento. Administración de la Comunicación y Comunicación Organizacional dieron las pautas para analizar el entorno en el que se convivió ese tiempo. Poder distinguir los elementos que la teoría específica y poderlos ver representados en instituciones. Expresión oral, fue fundamental y aplicable en todo momento, tanto dentro del Festival de Educación Económico-Financiera como al entablar conversación con los colaboradores del departamento.

Las destrezas desarrolladas durante estos meses fueron sustanciales, primero tener acercamiento en el departamento de comunicación de una institución formal donde las actividades comunicacionales son variadas abarcando todas las áreas de comunicación: Medios, Producción Audiovisual, Periodística, Responsabilidad Social, Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional. Adquirir ese sentido de compromiso laboral con la institución. Tener responsabilidades y cumplir con ellas de la mejor forma, evitando errores simples y, principalmente, promoviendo mejoras, ideas innovadoras y de beneficio para el Banco de Guatemala, desarrollando el magis landivariano. Ese ir más allá, buscando trascender en lo que hacemos para beneficio de los demás. Las destrezas en cuanto a redacción y ortografía las cuales reflejan la calidad del trabajo, en especial haber podido

desarrollar la capacidad de síntesis y análisis. Poder organizar eventos, comenzando por la organización personal bajo las responsabilidades y requerimientos dictados. Desarrollar la capacidad de contemplar las condiciones de los perceptores, el Festival de Educación Económico-Financiera sale de la realidad que se vive en la ciudad capital y va a lugares donde las actividades educativas gratuitas son limitadas.

La interacción con los colaboradores del departamento fue buena. Son personas con la que ya se había tenido relación laboral indirecta en oportunidades anteriores. Las relaciones interpersonales ayudaron a que la estadía en el Banco de Guatemala fuera agradable. A pesar de la carga laboral del departamento, siempre hubo cordialidad y buena relación social. El trabajo realizado fue satisfactorio, cuando habían correcciones, el supervisor las realizó con mucha educación y mostrando los puntos débiles y modificaciones a realizar. Se participó en actividades tradicionales de la Institución, como en los cumpleaños de algunos colaboradores del departamento. Incluso durante el desarrollo del Festivales, el personal de mantenimiento y seguridad se mostró colaborador y atento con mi persona. Se preguntó mi opinión en varias reuniones del departamento y se me permitió proponer ideas, siempre adaptándolas a los lineamientos institucionales.

Durante el desarrollo de toda la Práctica Supervisada y en las relaciones personales, la base fue la ética. Ser éticos en el ejercicio profesional permite que seamos éticos en nuestras relaciones con los demás colaboradores y con nuestros superiores. La ética no trata tanto de lo que hacemos o no hacemos, sino de qué tipo de persona somos. Implícito a ello se creó un compromiso con la verdad, la discreción, la justicia y la solidaridad, valores que durante el desarrollo de la práctica se presentaron como pruebas en las que el discernimiento brindó la libertad de elegir cómo actuar como persona y profesional.

El aprendizaje es continuo, no se detiene así tengamos varios grados académicos, los cinco años de formación académica brindaron las bases para la ejecución en la vida profesional, sin asegurar que siempre será como la teoría dicta. Las nuevas tendencias tecnológicas, el contexto social, laboral, económico, cultural y político

en el que se desarrolle la profesión de comunicador marcarán cambios y variantes.

La experiencia de Práctica Supervisada fue satisfactoria y enriquecedora, permitió tener acercamiento a una institución cuyo departamento de comunicación tiene mucho movimiento por la naturaleza de su misión. El departamento abrió un espacio específico con el cual no contaba anteriormente para la realización de la Práctica Supervisada. El puesto desempeñado brindó la oportunidad de viajar al interior del país, se organizó eventos y se participó en una actividad determinada la cual es muy importante. Se trabajó en redacción, fortaleza que debe tener desarrollada todo comunicador y se implementó el trabajo en equipo. Todas las acciones y actividades brindaron la motivación para disfrutar el ejercicio profesional durante el periodo de junio a agosto del presente.

VI Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

La Práctica Supervisada permitió tener un primer acercamiento a un trabajo formal en el área de comunicación, desarrollándome en el área de interés: comunicación institucional y relaciones públicas. La experiencia brindó aportes positivos en la formación profesional, permitió conocer la dinámica comunicacional de una Institución estatal sólida y con gran estructura interna. La inserción en un ambiente social y laboral definido e interactuar con una amplia variedad de profesiones.

Poder aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en la vida profesional real. A pesar de haber realizado actividades prácticas y analizado casos reales dentro del salón de clases, no se pueden comparar con los diferentes escenarios que se vivenciaron a lo largo de la Práctica Supervisada. Los cuales ayudan a definir en qué área de comunicación continuar los estudios, comprobar las capacidades y destrezas que se poseen tanto personales como profesionales.

En un futuro se buscará profundizar conocimientos en el campo de la Comunicación Institucional, Comunicación Educativa, Relaciones Públicas, Protocolo y Gestión de Proyectos. Estas áreas pueden promover mejoras en todo Departamento de Comunicación. También es conveniente adquirir conocimiento en Gestión y Difusión del Arte, por ejemplo en la sección de Relaciones Institucionales y Cultura, las actividades artísticas eran parte de los proyectos con públicos específicos como Centros de Investigaciones. También por medio del apoyo al arte, un gremio con complicaciones en nuestro país, la exposición de imagen institucional en actividades artístico- cultural se torna positiva.

La Práctica Supervisada dejó un gran aprendizaje personal. Finalizado el tiempo se realizó una autoevaluación de las mejoras en cuanto a habilidades, calidades y destrezas que se desarrolló. Poder condescender, acatar órdenes de los superiores, proponer ideas o expresar pensamientos de forma adecuada, el

dominio de sí, poder comprobar el alcance de nuestras capacidades y cómo invertirlas en el ejercicio profesional, permitió verificar cierto grado de madurez. Se fortaleció la capacidad de redacción, diagramación y géneros periodísticos en función de las notas solicitadas de acuerdo a las características de los canales de difusión, por ejemplo, redes sociales, revistas y otros medios donde se publicó información de interés para los colaboradores del Banco de Guatemala.

El reto de hacer comunicación institucional en una entidad pública, donde se respeta completamente las directrices de las autoridades y las políticas internas y externas de seguridad. Además con una temática compleja de transmitir como lo económico-financiero en el país. Así mismo promover mensajes institucionales sobre el área económica con públicos específicos, por ejemplo los niños que asistían al Festival entre otros que, implica desarrollar toda una estrategia considerando los interlocutores y el mensaje que se quiere enviar.

Entre las fortalezas de la experiencia se encuentran haber realizado la Práctica Supervisada en una institución que no era completamente ajena a mi persona ya que anteriormente se había tenido relación laboral indirecta. Entre las fortalezas académicas está el uso de recursos de expresión oral. También la redacción de textos, habilidad desarrollada a lo largo de la carrera. A eso se agregó desarrollar de mejor forma las aptitudes para fotografía, diagramación y lenguaje en redes sociales, pues aunque no fuese la encargada de tomar la fotografía, se tenía que aportar idea respecto a la mejor ubicación según criterios fotográficos y de diagramación, lo que implicó desarrollar conocimientos adquiridos durante la carrera.

Debilidades en la experiencia, en este caso fueron pocas. Sería conveniente contabilizar todas las horas de su realización, ya que hubo días que se trabajó horas extras que no eran tomadas en cuenta dentro del conteo y que cubrieron actividades representativas. En las debilidades académicas, a pesar de que hubo un curso de diagramación, sería conveniente contar dentro del pensum con un

curso de diagramación para textos especializados, como revistas. También con un curso de producción multimedia institucional, como radio y edición de videos. El Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales cuenta con espacio para la producción radial y con todo el equipo necesario para grabaciones. Básicamente sería en incluir cursos que sean complemento en el área de comunicación institucional. Así mismo incluir en el pensum cursos de diseño web y animaciones, tomando en cuenta la demanda y avances tecnológicos.

La modalidad de Práctica Supervisada permitió aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica, poder agregarlos según las circunstancias y aprender conocimientos provenientes del ejercicio profesional. Se comprobó que la formación de un comunicador debe ser integral, ya que como se evidencia en el Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales del Banco de Guatemala, la comunicación se complementa de otras ramas profesionales y conocimientos específicos que fortalecen su labor.

El área de relaciones públicas es fundamental en la comunicación ya que brinda las herramientas para relacionarnos con los demás. No puede haber comunicación si no hay dos o más interlocutores, por lo que la presencia de públicos, ya sean internos, externos, internacionales, gubernamentales, es fundamental. La dinámica de relacionarse con ellos busca la equidad en la relación promoviendo el beneficio igualitario. Adicional la comunicación organizacional, específicamente la comunicación interna, es el valor agregado para la imagen institucional. La frase *lo que importa es el interior* puede compararse con una institución donde lo interno es sumamente valioso. Sus colaboradores y la imagen e identificación que tengan con la institución, no garantiza, pero si promueve la solidez de la misma. Sin embargo lo exterior también influye en la dinámica interna, por lo que es pertinente contemplarlo y encaminar esfuerzos comunicacionales para su buen estado promoviendo una imagen real y verdades la de la institución.

En cuanto a lo académico, el pensum de la carrera de Ciencias de la Comunicación es muy completo ya que permite tener conocimientos de todas las áreas comunicacionales en las que se puede ejercer. Tiene seminarios, lo cuales dan la opción de elegir temas especializados acordes al área de comunicación de interés. Además de brindar cursos técnicos y académicos, también se tiene una formación en valores personales y profesionales. Los valores landivarianos aprendidos en la universidad complementan el ejercicio profesional y permiten tener relaciones interpersonales satisfactorias basadas en el respeto y la ética. Las experiencias fortalecieron el aprendizaje y complementaron el conocimiento adquirido durante la formación académica, promoviendo la integralidad como comunicadora. Se dan a conocer los códigos deontológicos de la profesión lo que acompañarán el resto de la vida profesional.

Finalizada esta experiencia, se cumplió con la organización del Festival de Educación Económico- Financiera, actividad en las que se aportó en tres ediciones, desempeñando diferentes puestos internos, aplicando los conocimientos de comunicación correspondientes y estando a cargo de una edición completa. Así mismo, se asistió en la planificación de actividades artístico-culturales del Banco de Guatemala, apoyando en logística principalmente. Además de las responsabilidades asignadas, también se colaboró en la redacción de textos, aspecto que es fundamental para informar a los públicos.

6.2 Recomendaciones

Las siguientes propuestas podrían fortalecer las responsabilidades del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales y favorecer la comunicación del Banco de Guatemala.

- Ubicar al Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales fuera de la estructura interna de la Gerencia Administrativa y colocarlo a nivel gerencial. El manejo de información y envío de mensajes, tanto para públicos internos como externos, debe ser ágil. Principalmente, las autoridades deben estar informados de todos los temas, hechos y acciones que involucren, afecten o beneficien a la institución. En momentos de crisis el departamento de comunicación es clave en el manejo estratégico de imagen, información y envío de mensajes, por lo que su localización en un alto nivel evita las demoras. Las decisiones deben ser informadas, según convenga, a los colaboradores y a la población en general resguardando su imagen de transparencia.
- Dentro de la sección de Relaciones Institucionales y Cultura haya una persona encargada exclusivamente para el área de Educación Económico-Financiera. Cada edición del Festival es organizado por un colaborador diferente de la sección de Relaciones Institucionales y Cultura, es decir que varía el contacto con las entidades externas, el colaborador en turno no tiene la última versión de los documentos utilizados y la dinámica de organización y planificación se pierden. Con esta idea se busca fortalecer el área de educación, contando con una persona encargada de velar no solo por la organización del Festival sino también por el resto de actividades relacionadas a este tema. Ayudaría a centralizar los documentos e información, las entidades externas tendrían un mismo contacto a quien acudir en cada organización del Festival y se llevaría un mejor control durante su desarrollo.

- Realizar una base de datos de medios locales y nacionales, que incluya radio y medios escritos principalmente, esto ayudaría a tener contacto directo con medios en los departamentos en los que se realice el Festival. De esta forma se convocaría medios a la actividad y previo al evento se harían recordatorios para garantizar su asistencia. Por ejemplo, en la edición del Festival de Educación Económico-Financiera en San Pedro Carchá, la presencia de medios fue baja. Este tipo de acciones, donde el Banco entregaba un premio a un establecimiento educativo público, era beneficioso darlo a conocer no solo en la localidad sino también a nivel nacional. Brinda exposición y promueve una imagen positiva de la institución.
- Además de llevar los boletines de prensa impresos y entregarlos físicamente a los medios que llegue al Festival, sería conveniente enviarlo por correo electrónico a todos los medios convocados finalizada la actividad. El boletín de prensa electrónico incluiría fotografías del evento. Esto aumenta las posibilidades de que los medios incluyan una nota referente al Festival, también brinda la facilidad de su tratamiento para los medios.
- Luego de la experiencia vivida particularmente en la edición del Festival en San Pedro Carchá, se pudo verificar que hay instituciones educativas que son telesecundarias y/o radiosecundarias. Por lo que sería una buena iniciativa realizar material audiovisual basado en los *libritos del Banguat*, con sus debidas mediaciones y que sea proporcionado con ayuda de la Dirección Departamental de Educación de cada localidad. Además de ser un material educativo atractivo y diferente, ayudaría a que el proceso de educación y de reconocimiento de la institución y sus funciones sea continua.

VII Referencias Bibliográficas

- Banco de Guatemala. (2010). *Estrategia de Comunicación Institucional 2011-2015*. Versión Impresa.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago, Chile: Colección de Libros de la Empresa.
- Cervera, A. (2008). *Comunicación Total*.(4ta. Edición) Madrid, España: ESIC.
- Figueroa, N. (junio, 2013). *Diseño y Gestión de Eventos de Comunicación*. Conferencia llevada a cabo en el Curso de Relaciones Públicas, Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala.
- Mercado, S. (2002). *Relaciones Públicas aplicadas*. México: Thomson.
- Prieto, D. (2002). *Comunicación, Educación y tecnología*. Recuperado de: <http://prietocastillo.com>
- Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia de la República, *Manual de Protocolo*. Recuperado de: <https://www.vicepresidencia.gob.gt/>
- Solé, M. (2007). *El protocolo y la empresa*. Barcelona, España: Planeta.
- Villafañe, J. (1993). *Imagen Positiva: Gestión Estratégica de la Imagen de las Empresas*. Madrid, España: Pirámide.
- Wilcox, D. & Cameron, G. (2007). *Relaciones públicas: Estrategias y tácticas*. (8a. Edición). Boston, Estados Unidos: Pearson.

VIII ANEXOS

ANEXO 1: Carta de Agradecimiento a la Institución.



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

Guatemala, 31 de agosto de 2015

Licenciado
Oscar Ricardo Martínez
Jefe de Relaciones Institucionales y Cultura
Banco de Guatemala

Estimado Lic. 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.

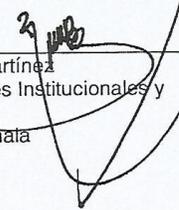
Debido a ello, agradezco a Banco de Guatemala y, especialmente a su persona, por la valiosa contribución y apoyo a esta labor educativa, al permitirle a María Fernanda Molina Valdés realizar la experiencia de Práctica Supervisada en su organización; de igual manera, por el tiempo y acompañamiento brindado durante todo el proceso.

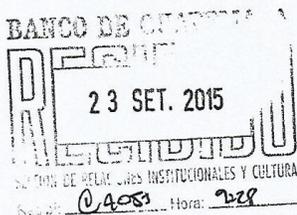
El siguiente paso para la estudiante Molina Valdés es realizar una sistematización de la experiencia de práctica, la cual quedará plasmada en el Trabajo de Grado y disponible para consulta a través de la red de bibliotecas de la Universidad Rafael Landívar.

Sin otro particular, atentamente,


Mgtr. Nancy Avendaño Maselli
Directora
Depto. de Ciencias de la Comunicación




Vo.Bo.
Oscar Ricardo Martínez
Jefe de Relaciones Institucionales y
Cultura
Banco de Guatemala



ANEXO 2: Fotografías Festival de Educación Económico-Financiera

1.



Alumnos asistentes al Festival de Educación Económico-Financiera en Jalapa, 16 de julio 2015.
Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación.

2.



Alumnas de la Escuela Tipo Federación en Salamá, Baja Verapaz, 18 de agosto, 2015.
Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación.

3.



Monitora en el stand ¿Qué son los Bancos? en el Festival de Educación Económico-Financiera en Jalapa, 17 de julio 2015.
Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación.

4.



Presentación de la obra de teatro "La Leyenda del Árbol de Dinero" San Pedro Carchá, Alta Verapaz, 20 de agosto 2015
Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación.

ANEXO 3: Asistencia en organización de eventos internos

Asistencia en la organización del evento y redacción de texto periodístico



Artículo sobre Exposiciones en las Instalaciones del Banco de Guatemala, Revista Gentes y Cosas edición de junio. A cargo de la Sección de Comunicación.



Presentando al Licenciado Ricardo Martínez, exposición a estudiantes, 17 de junio 2015. Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación

IV Jornada de Investigación Artística

1.



Asistente en la IV Jornada de Investigación de Arte “Carlos Mérida en el Centro Cívico”, 31 de julio 2015. Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación

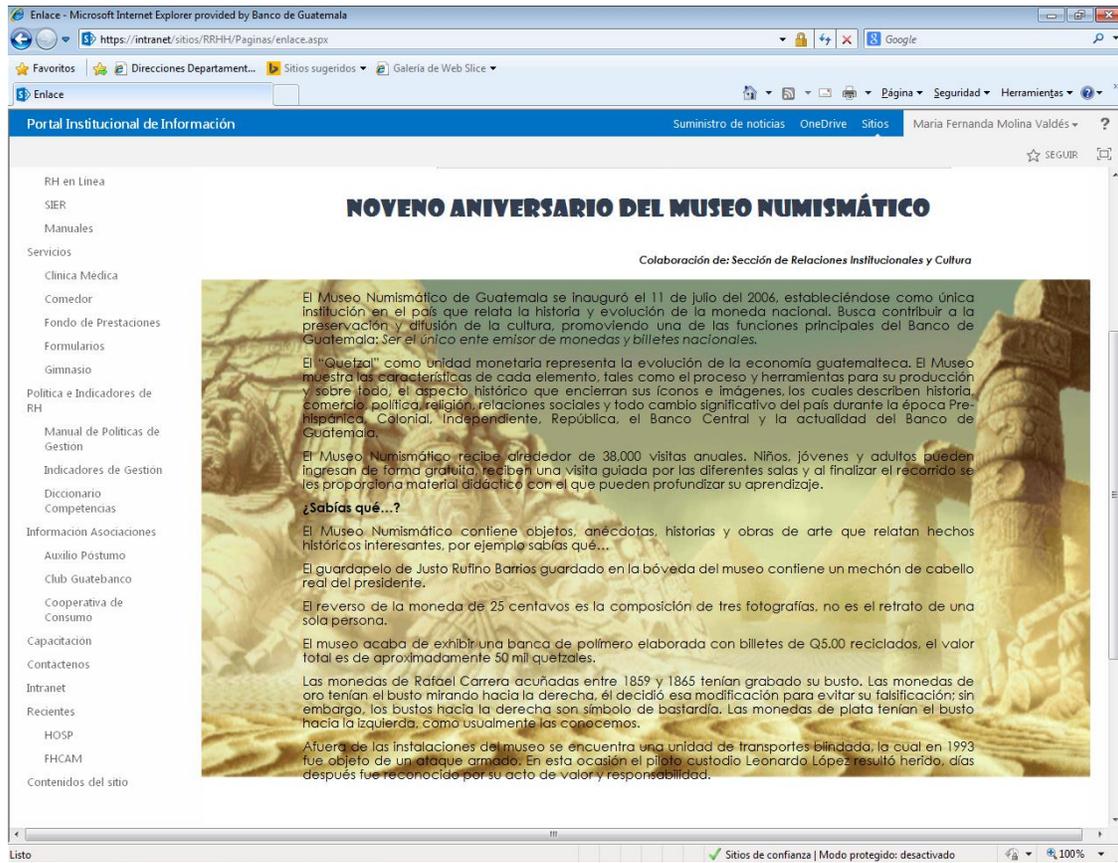
2.



Participación en la IV Jornada de Investigación de Arte *Carlos Mérida* en el Centro Cívico, 31 de julio 2015. Fotografía a cargo de la Sección de Comunicación

ANEXO 4: Redacción de Textos

Texto para la sección de Enlace sobre el Aniversario del Museo Numismático



Enlace - Microsoft Internet Explorer provided by Banco de Guatemala

https://intranet/sitios/RRHH/Paginas/enlace.aspx

Portal Institucional de Información

Suministro de noticias OneDrive Sitios Maria Fernanda Molina Valdés

NOVENO ANIVERSARIO DEL MUSEO NUMISMÁTICO

Colaboración de: Sección de Relaciones Institucionales y Cultura

El Museo Numismático de Guatemala se inauguró el 11 de julio del 2006, estableciéndose como única institución en el país que relata la historia y evolución de la moneda nacional. Busca contribuir a la preservación y difusión de la cultura, promoviendo una de las funciones principales del Banco de Guatemala: Ser el único ente emisor de monedas y billetes nacionales.

El "Quetzal" como unidad monetaria representa la evolución de la economía guatemalteca. El Museo muestra las características de cada elemento, tales como el proceso y herramientas para su producción y sobre todo, el aspecto histórico que encierran sus íconos e imágenes, los cuales describen historia, comercio, política, religión, relaciones sociales y todo cambio significativo del país durante la época Pre-hispánica, Colonial, Independiente, República, el Banco Central y la actualidad del Banco de Guatemala.

El Museo Numismático recibe alrededor de 38,000 visitas anuales. Niños, jóvenes y adultos pueden ingresar de forma gratuita, reciben una visita guiada por las diferentes salas y al finalizar el recorrido se les proporciona material didáctico con el que pueden profundizar su aprendizaje.

¿Sabías qué...?

El Museo Numismático contiene objetos, anécdotas, historias y obras de arte que relatan hechos históricos interesantes, por ejemplo sabías que...

El guardapelo de Justo Rufino Barrios guardado en la bóveda del museo contiene un mechón de cabello real del presidente.

El reverso de la moneda de 25 centavos es la composición de tres fotografías, no es el retrato de una sola persona.

El museo acaba de exhibir una banca de polímero elaborada con billetes de Q5.00 reciclados, el valor total es de aproximadamente 50 mil quetzales.

Las monedas de Rafael Carrera acuñadas entre 1859 y 1865 tenían grabado su busto. Las monedas de oro tenían el busto mirando hacia la derecha, él decidió esa modificación para evitar su falsificación; sin embargo, los bustos hacia la derecha son símbolo de bastarda. Las monedas de plata tenían el busto hacia la izquierda, como usualmente las conocemos.

Afuera de las instalaciones del museo se encuentra una unidad de transportes blindada, la cual en 1993 fue objeto de un ataque armado. En esta ocasión el piloto custodio Leonardo López resultó herido, días después fue reconocido por su acto de valor y responsabilidad.

Artículo sobre el noveno aniversario del Museo Numismático del Banco de Guatemala, 11 de julio 2015. Sección de Enlace a cargo del Departamento de Recursos Humanos.

Los rostros del

Colaboración de María Fernanda Molina

Festival de Educación Económico-Financiera

El Festival de Educación Económico-Financiera es una actividad que el Banco de Guatemala viene realizando desde el 2008 con el objetivo de enseñar a estudiantes, docentes y público en general conceptos

de economía y finanzas, de manera sencilla y didáctica, que contribuyan a desarrollar una cultura económico-financiera que permita una mayor y mejor comprensión de los aspectos fundamentales y del quehacer de la banca central.

El festival se desarrolla en la ciudad capital y en el interior del país. Está enfocado en alumnos de cuarto, quinto y sexto primaria, primordialmente del sector público. La actividad consiste en un recorrido por diferentes stands interactivos en donde niños y jóvenes aprenden de una manera diferente sobre temas económicos. Estos son impartidos por monitores adecuadamente capacitados en estas áreas.

La idea de contar con monitores surgió ante la necesidad de tener una persona que facilitara los conocimientos dados a los niños y que interactuara con ellos, propiciando el espacio idóneo para la participación, el intercambio de información y así obtener retroalimentación, todo un genuino proceso de comunicación.

Les presentamos al equipo de monitores, quienes con su entusiasmo y creatividad se constituyen en el rostro del festival:



María Fernanda Molina



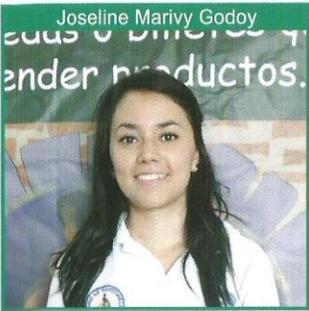
Edwin Alejandro Medina



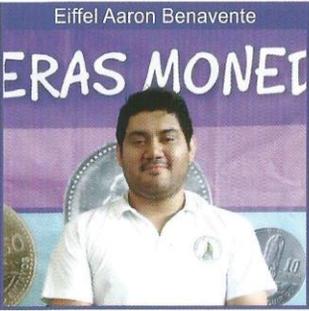
Víctor Hugo Leal



Gloria Alejandra Corzo



Joseline Marivy Godoy



Eiffel Aaron Benavente



José Rodrigo Morales

Actores de "La leyenda del árbol de dinero"

Cuando comunicamos no solo lo hacemos mediante la palabra escrita u oral, sino también con imágenes, símbolos, posturas, tonos e inflexio-



Tita Mendoza (desempeña el papel de doña Lipa).



Jairon Salguero (papel: ratero).



Byron Hosberto Cazali Hernández (papel: ratero).



Mario Raúl Mendoza Delgado (El Sombrero).

nes de voz, sonidos, formas de comportarnos individual y socialmente, la manera de vestirnos, etc.

El teatro es una herramienta útil que sirve para educar al público al representar experiencias, problemas o cuestiones sociales que son educables, utilizando para ello los trece signos del teatro. Por tal motivo dentro del Festival de Educación Económico-Finan-



Mario Roberto Galdámez Rivas (don Toñito).



Efrén Danilo Celada Corado (El Pancho).

ciera se representa la comedia musical "La leyenda del árbol de dinero" –escrita y dirigida por el dramaturgo Ricardo Martínez, Jefe de la Sección de Relaciones Institucionales y Cultura–, en la que se expone sobre la importancia de ahorrar y las principales funciones del Banco de Guatemala. El elenco está conformado por actores de primera categoría y con amplia trayectoria, son ellos:



Aurie Alejandra Cano Flores (La Eduvinda).



Pablo Antonio Marroquín Barra (don Juanito).

Además de los monitores y actores, el festival también está integrado por el equipo de la Sección de Relaciones Institucionales y Cultura, encargado de organizar cada una de las ediciones. Se cuenta con la presencia de la Sección de Bibliotecas e Investigaciones Especiales, quienes tienen una valiosa participación y brindan información importante. El equipo del Departamento de Servicios Administrativos y Seguridad también ejecuta un papel muy importante en la realización del Festival y la obra de teatro.

Juventud, talento y responsabilidad son los rostros del Festival de Educación Económico-Financiera, quienes en cada edición atienden aproximadamente 3,000 niños y jóvenes que son beneficiados con este proyecto: aprenden, se divierten y reciben un juego de "Los libritos del Banguat", una alcancía y bifolios informativos, los cuales coadyuvan a enriquecer la educación de la población estudiantil.



Julio 2015
31

¡Con ellos no falta nada!

Mananda

“Mi papá es el amor de mi vida, es mi primer amor” con estos enunciados termina el anuncio radial de una marca de zapatos con motivo de la celebración del Día del Padre.

El amor de un padre puede llegar a ser tan genuino y único que realmente se convierte en el amor de la vida de muchas personas. La figura paterna es impresionante, es increíble cómo se levantan todos los días muy temprano para ir a trabajar, en ocasiones regresan tarde a casa y al día siguiente se repite la historia. A veces andan malhumorados con pocas sonrisas y apariencia de enojado, pero no falta la plática nocturna para ponernos al día o el comentario acertado que necesitamos escuchar en el momento preciso.

Tampoco faltan los fines de semana con un agradable momento familiar o un helado por la tarde del domingo. Los detalles para los cumpleaños, para navidad o para cualquier otra fecha, se presentan incondicionalmente.

En casa hay todo lo necesario, puede que no haya en abundancia lo que nosotros creemos es “indispensable”, pero nunca falta comida y

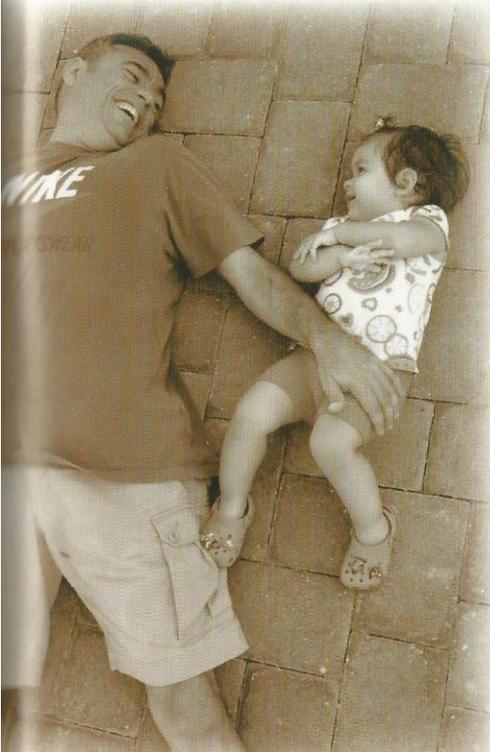


un techo donde estar. El padre procura educación para sus hijos, así sean uno, dos, tres, cuatro... todos tenemos acceso a ella. Aunque a veces creamos que esta es sustituible con cualquier otra actividad, cosas o el ocio, sabemos que es muy útil (como en casi todas las circunstancias).

Se hacen presentes los regaños, llamadas de atención, los castigos o esas medidas de educación que en su momento no comprendemos. Las pláticas, sermones, historias que no vivimos, pero son su forma de enseñanza para demostrarnos que en la vida sucede de todo.

Los consejos, palabras de aliento, besos y abrazos aparecen justo en los momentos oportunos. Su emoción sobresale cuando ganamos un examen, nos graduamos del colegio o cuando hacemos algo que lo enorgullece.

Con ellos no falta nada. En los padres tenemos todo lo esencial para vivir. Son superhéroes reales, de carne, hueso y corazón. Fuertes como el acero, para soportar los momentos más complicados y con un corazón de oro, que guarda los más nobles y sinceros sentimientos. Son los arquitectos de nuestros cimientos, maestros de vida, mecánicos y doctores de emergencia, los policías más justos y amigos incondicionales. No son egoístas y ese es su valor más grande y admirable. Día a día viven su vida y nos dan vida a nosotros. Guías de la familia que con voluntad tenaz dan todo a sus seres queridos. Es una persona especial que, como Dios, es el pastor de su rebaño y procura diariamente la alimentación, el vestido y el sustento, con sacrificio constante y silencioso. Quien merece todo el cariño, respeto y reconocimiento.



Julio 2015
13

Capacitación

“Formador de formadores”

en Jalapa



El licenciado Ricardo Martínez, Jefe de la Sección de Relaciones Institucionales y Cultura, entrega su diploma a una participante.

Como parte del desarrollo de la XXXIII Edición del Festival de Educación Económico-Financiera, el Banco de Guatemala y el Ministerio de Educación realizaron el viernes 17 de julio en Jalapa la capacitación titulada “Formador de formadores”.

La capacitación tiene el objetivo de proporcionar a los docentes las herramientas y conocimientos necesarios para que el material didáctico que se les proporcionó a los alumnos en el festival lleve un seguimiento en los salones de clases.

Al evento asistieron 62 docentes de diferentes centros edu-

cativos del municipio, quienes recibieron la capacitación impartida por el licenciado Ricardo Martínez, Jefe de la Sección de Relaciones Institucionales y Cultura. En su intervención participaron los monitores del festival, quienes ampliaron la información proporcionada en cada uno de los stands.

En esta ocasión participó personal de la Sección de Bibliotecas del Banco de Guatemala, informando a los docentes sobre su quehacer, la red de Bibliotecas del Banguat que existe a nivel nacional y los invitó a visitar la biblioteca de aquella cabecera departamental. Personal de la Sección de Investigaciones Especiales también se hizo presente para compartir infor-

mación sobre las características y medidas de seguridad en los billetes.

Luego del receso participaron la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor (Diacó) y la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT).

Al finalizar el evento se entregó a cada docente un diploma de participación y material didáctico.



Participantes



Logo: julio 2015 17

Mensaje día del maestro



Mensaje elaborado para el día del maestro, junio 2015.

Últimas Noticias viernes 12 de junio

Últimas noticias *Premiación del concurso "Exprésate, participa y vive en democracia. Gobierno Escolar 2015"*

Hoy, viernes 12 de junio el Banco de Guatemala tuvo el agrado de participar en la premiación del concurso "Exprésate, participa y vive en democracia. Gobierno Escolar 2015" organizado por el Ministerio de Educación (Mineduc) y la Cooperativa Alemana- Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ).

Dicha actividad tenía el objetivo de impulsar las prácticas de organización y liderazgo estudiantil a través de gobiernos escolares en establecimientos del Nivel de Educación Media y fortalecer la formación ciudadana.

De los 10 establecimientos finalistas, se premió a los primeros tres lugares. El Gerente Administrativo de nuestra institución, el Licenciado Orlando Carrillo hizo entrega de un especial reconocimiento al primer lugar del concurso.

Adicionalmente la institución ganadora tendrá el honor de recibir el festival de Educación Económica-Financiera en sus instalaciones.

Primer Lugar: Centro Educativo Instituto Nacional de Educación Básica de Telesecundaria. Aldea Esperanza, San Pedro Carchá, Alta Verapaz.

Segundo Lugar: Centro Educativo Instituto Nacional de Educación Básica Santo Tomás La Unión, Suchitepéquez.

Tercer Lugar: Núcleo Familiar Educativo Para el Desarrollo No. 40, Aldea El Cacao, San Jerónimo, Baja Verapaz.

Guatemala, 12/06/2015

Premiación del concurso "Exprésate, participa y vive en democracia. Gobiernos escolares 2015, Últimas Noticias, 12 de junio 2015. A cargo de la Sección de Comunicación.