

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

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN DEL INSTITUTO CENTROAMERICANO DE ESTUDIOS
PARA LA DEMOCRACIA (DEMOS), JUNIO - AGOSTO 2015."**
SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

ISABELA CARRANZA ALVAREZ
CARNET 12897-11

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 COMUNICACIÓN POLÍTICA Y
LIBERTAD DE EXPRESIÓN DEL INSTITUTO CENTROAMERICANO DE ESTUDIOS PARA LA
DEMOCRACIA (DEMOS), JUNIO - AGOSTO 2015."**
SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
ISABELA CARRANZA ALVAREZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO 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 MAZARIEGO
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. MYRIAM MARITZA CHICAS MORALES

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. MARIA ENID CUETO ORTI DE GOMEZ

Guatemala, 2 de octubre de 2015

Señores

Miembros del Consejo

Facultad de Humanidades

Universidad Rafael Landívar

Presente

Respectables Miembros del Consejo de la Facultad:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para someter a su consideración el trabajo de grado de la estudiante Isabela Carranza Álvarez, carné no. 1289711, previo a optar el grado académico de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El trabajo se tituló "Reflexión de la experiencia práctica profesional sobre Comunicación Política y Libertad de Expresión del Instituto Centroamericano de Estudios para la Democracia (DEMOS), junio-agosto 2015".

He revisado dicho trabajo y considero que cumple con los lineamientos y calidad requeridos por el departamento, por lo que les agradeceré asigne el revisor correspondiente para la revisión final del trabajo de grado.

Atentamente,



Licda. Myriam Chicas

Código 7147

X



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 051131-2015

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 ISABELA CARRANZA ALVAREZ, Carnet 12897-11 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05529-2015 de fecha 9 de diciembre de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL SOBRE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN DEL INSTITUTO CENTROAMERICANO DE ESTUDIOS PARA LA DEMOCRACIA (DEMOS), 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 9 días del mes de diciembre del año 2015.



Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de grado presenta la experiencia de práctica profesional realizada por la autora en el Instituto Centroamericano de Estudios para la Democracia Social (DEMOS), en el área de comunicación organizacional en la cual se asumieron responsabilidades como relación con los medios de comunicación, manejo de redes, organización y asistencia en talleres de comunicación, y elaboración de boletines. Las tareas realizadas se centraron en cinco proyectos principales los cuales se encuentran detallados en el presente trabajo.

Según Castro, Celeste y Abad (2005) la comunicación organizacional es una disciplina con un amplio bagaje teórico y dispone de profesionales bien formados y capacitados para desarrollar su trabajo. El conocimiento teórico que se adquirió durante los cinco años de formación universitaria dentro de la Universidad Rafael Landívar permitió desarrollar las tareas asignadas para lograr una comunicación organizacional efectiva y poder cumplir con las tareas asignadas. La labor principal se realizó en el ámbito de las Relaciones Públicas visibilizando los esfuerzos que realiza DEMOS. Según Wilcox y Cameron (2006) las Organizaciones Sociales utilizan las Relaciones Públicas para que el público conozca el propósito y las actividades de la organización.

Contenido

I.	INTRODUCCIÓN	5
II.	CONTEXTUALIZACIÓN	6
	2.1 Historia y datos básicos	6
	2.2 Estructura Organizativa	7
	2.3 Características principales de la institución	9
	2.4 Características del departamento en el que se trabajó	9
	2.5 Situación de la empresa en Guatemala	10
	2.6 Contexto nacional e introducción del campo de trabajo	11
III.	PLAN DE PRÁCTICA	13
	3.1 Acuerdo contractual del horario	13
	3.2 Descripción del departamento al que fue asignado.	13
	3.3 Objetivos establecidos:	13
	3.4 Funciones pactadas a desarrollar:	14
	3.5 Presentación de las modificaciones y análisis de las razones.	14
IV.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
	4.1 Comunicación Organizacional	16
	4.2 Relaciones Públicas	17
	4.3 La Teoría del establecimiento de la agenda	18
	4.4 Monitoreo de medios	20
	4.5 Comunicación Política	21
	4.6 Derechos Humanos	23
	4.7 Democracia	23
	4.8 Perfil del comunicador Landivariano	24
	4.9 Práctica Supervisada	25
V.	INFORME DE PRÁCTICAS	26
	5.1 Explicación detallada de las actividades realizadas durante las distintas etapas de la práctica	28
	5.1.2 Percances atravesados y explicación de las soluciones	53
VI.	REFLEXIÓN DE PRÁCTICAS	55

VII. CONCLUSIONES.....	67
VIII. RECOMENDACIONES.....	69
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	71
X. ANEXOS.....	73

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un informe de las prácticas profesionales supervisadas realizadas durante los meses de junio a agosto del año 2015 para poder optar al título de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar. Las prácticas se realizaron en el Instituto Centroamericano de Estudios para la Democracia Social, DEMOS, con el objetivo de visibilizar la labor que realiza dicha ONG. El objetivo primordial de la institución es promover el fortalecimiento del estado democrático de derecho mediante el impulso de programas de investigación, capacitación e incidencia en temas de derechos humanos, libertad de opinión y expresión, seguridad, justicia, participación ciudadana responsable y transparencia en la gestión pública.

El trabajo de prácticas realizado dentro de la institución, correspondió al área de Comunicación Organizacional, específicamente Relaciones Públicas. En el presente informe se evidencia la integración de los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica de la carrera, los cuales se pusieron en práctica al enfrentar los problemas reales de la profesión en los diferentes proyectos que realiza la ONG en el país.

Para una ONG es importante comunicar a los distintos públicos de interés el trabajo que se realiza. En las prácticas realizadas se logró visibilizar en los medios de comunicación el trabajo y aporte que hace DEMOS a la sociedad Guatemalteca. La labor efectuada contribuyó a fortalecer las capacidades profesionales de la estudiante y su formación como comunicadora social.

II. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1 Historia y datos básicos

El Instituto DEMOS es una Organización No Gubernamental que surgió en el año 2005 como iniciativa de un grupo de hombres y mujeres preocupados por la ausencia de una visión social del Estado y del desarrollo en Guatemala. Es un centro de pensamiento que permite incidir en las políticas públicas a través del trabajo con niños, adolescentes, jóvenes, mujeres y pueblos indígenas.

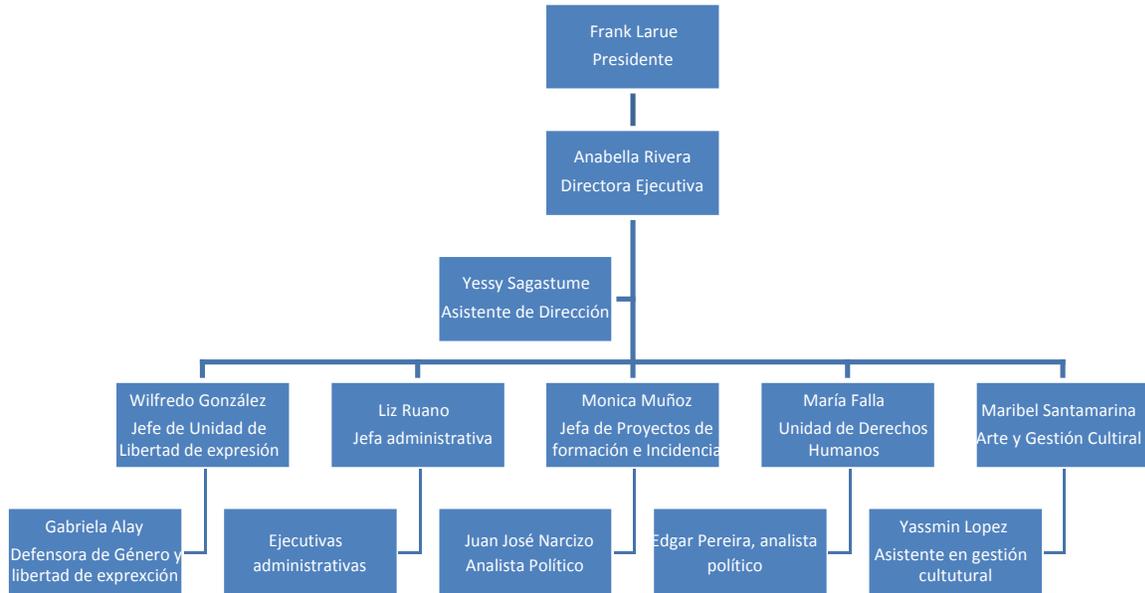
Para quienes integran la organización, la democracia es esencialmente pluralista, y este pluralismo constituye la mejor garantía de la vitalidad y creatividad de la democracia.

El quehacer de DEMOS se fundamenta en los siguientes principios:

- Justicia, equidad social y solidaridad
- Democracia participativa
- Paz, como principio de relación entre las personas y las naciones
- Respeto a las diferencias

El fundador de la ONG es el ex Relator de Libertad de Expresión para las Naciones Unidas, Frank La Rue. Por lo mismo, el trabajo de la organización en materia de defensa de libertad de expresión es reconocido mundialmente. La organización ha centrado sus esfuerzos en trabajar con las juventudes de Guatemala y de Centroamérica, por lo que existe DEMOJOVEN. El proyecto más reciente realizado por DEMOS, es la Observación electoral permanente que realizó la institución con más de 400 jóvenes de todo el país.

2.2 Estructura Organizativa



2.2.1 Características de la estructura organizativa

Como se puede visualizar en el organigrama anterior, la organización DEMOS está compuesta por cinco unidades principales. Cada una de ellas enfocada en el fortalecimiento de la democracia y la inclusión en Guatemala.

a. Unidad de Libertad de expresión

Se centra en proteger y promover la libertad de expresión y opinión y la defensa a los y las comunicadores. Además, promueve talleres para jóvenes comunicadores, en los cuales se fortalecen sus capacidades para garantizar la democratización de la información y la comunicación.

b. Proyectos de Formación e Incidencia

Se centra en la creación de programas de formación e incidencia política. Las actividades que se realizan son talleres, capacitaciones y evaluaciones de jóvenes de todo el país para formarlas y formarlos con herramientas para poder incidir en las políticas locales y públicas.

c. Unidad de Derechos Humanos

Radica en la lucha por la defensa de los Derechos Humanos. Como departamento, tienen alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales con quienes comparte el objetivo de lograr una democracia inclusiva y pluralista.

d. Gestión Cultural

Se centra en generar espacios de expresión cultural para promover la defensa de los Derechos Humanos. Un ejemplo de estos espacios es la muestra de teatro que realiza anualmente la unidad de Gestión Cultural, en la cual participan jóvenes de toda Guatemala, quienes buscan incidir a través del arte.

2.3 Características principales de la institución

Las propuestas de la organización se sustentan en realizar trabajos con los siguientes ejes temáticos:

- Promoción de una nueva ciudadanía
- Cultura de paz
- Seguridad democrática y justicia
- Promoción de los Derechos Humanos

El objetivo principal es por tanto promover el fortalecimiento del estado democrático de derecho mediante el impulso de programas de investigación, capacitación e incidencia en temas de derechos humanos, libertad de opinión y expresión, seguridad, justicia, participación ciudadana responsable y transparencia en la gestión pública.

La organización realiza trabajos de investigación, monitoreo y acompañamiento a organizaciones de jóvenes y de mujeres a nivel municipal, aprovechando la experiencia acumulada de las y los socios fundadores en iniciativas gubernamentales, organismos internacionales y de sociedad civil. De igual forma promueve la instalación e implementación de varios centros de capacitación juvenil, desde donde los jóvenes participantes, además de ocupar constructivamente su tiempo libre, preparan proyectos que permiten la sostenibilidad de los centros y el desarrollo de sus comunidades.

2.4 Características del departamento en el que se trabajó

DEMOS es una organización referente nacional e internacional en temas de derechos humanos y libertad de opinión y expresión. A través del trabajo realizado, ha logrado establecer alianzas con organizaciones comunitarias, nacionales, así como redes internacionales de protección a periodistas, de investigación, con organizaciones académicas y de programas gubernamentales y no gubernamentales de acceso al Internet y nuevas tecnologías lo cual ha facilitado el manejo de información desde lo local.

Como parte del trabajo en la unidad de Libertad de Expresión, promueve talleres para jóvenes de Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua, para formarlos como comunicadores comunitarios y les brinda herramientas para incidir positivamente en sus localidades.

El Instituto DEMOS, ha contribuido con la elaboración de los informes del Relator de Expresión de Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión que se presentaron ante el Consejo de Derechos Humanos en Ginebra y la Asamblea General de Naciones Unidas, Nueva York.

En el área de unidad de formación e incidencia política para el fortalecimiento de la democracia, la organización participa en programas que permiten la sensibilización y formación política y crítica de las juventudes guatemaltecas, mujeres y pueblos indígenas. A través de dicha unidad, la organización forma parte de la Convergencia Nacional para la Reforma Política, CONAREP.

2.5 Situación de la empresa en Guatemala

Dentro de Guatemala, la organización realiza un trabajo valioso ya que se centra en trabajar con jóvenes, indígenas y mujeres del área rural para incidir en las políticas públicas y locales.

Su labor se enfoca en trabajar con comunicadores comunitarios y fortalecer sus conocimientos técnicos en informática, diseño gráfico, comunicación y gestión de trabajo. Las y los jóvenes comunicadores han recibido varios procesos de formación en comunicación para la incidencia en su localidad, con el objetivo de comunicar y sensibilizar en materia de derechos humanos y libertad de expresión.

La ONG fortalece las capacidades de las y los jóvenes comunicadores en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como un medio no tradicional para generar opinión pública y transformación social. También brinda asesoría y acompañamiento para la gestión de espacios y la producción puesta al aire en radio de programas juveniles.

Como resultado, las organizaciones de jóvenes generan opinión pública en sus municipios sobre la participación y representación política de la juventud en los ámbitos municipales y departamentales, desde la perspectiva de los derechos humanos.

Como parte del trabajo de incidencia política, DEMOS participa como miembro activo de la Convergencia Nacional para la Reforma Política, CONAREP. Como parte de del trabajo de libertad de expresión, la organización forma parte del Mirador Electoral, en el cual, se encarga de formar a más de 400 jóvenes observadores para velar por que las elecciones se cumplan con inclusión, transparencia y democracia.

Entre alianzas estratégicas, se encuentra Fundación Esquipulas para la Integración Centroamericana, en el cual, participa como aliado en eventos y foros que promueven la lucha contra la impunidad y el fortalecimiento de la democracia en el país y la región. También se trabaja en con junto con el Programa de las Naciones Unidas en Guatemala (PNUD) con quien realizan proyectos de formación e inclusión a las juventudes del país.

2.6 Contexto nacional e introducción del campo de trabajo

El trabajo de prácticas realizado pertenece al ámbito de la comunicación organizacional, específicamente de relaciones públicas ya que se hizo una labor de visibilidad mediática y digital de los programas, proyectos y esfuerzos realizados por la organización.

Según González (2015) jefe de La Unidad de Libertad de expresión, dicha unidad sirve como base fundamental de la organización y de los derechos humanos, ya que partiendo del artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, se establece la comunicación como un derecho fundamental de los derechos humanos.

El rol de esa unidad es trabajar para fortalecer el derecho de libre expresión, hacerlo visible, hacer consciente a la población de su importancia, por que como dice La Rue (2015), ex relator de Libertad de Expresión para las Naciones Unidas y presidente de DEMOS, *“sin ese derecho no tenemos como denunciar la falta de los otros derechos”*.

Entre las actividades frecuentes se imparten talleres para fortalecer la libertad de expresión, como los recientemente impartidos sobre “Mecanismos de Protección a Periodistas”, en los cuales junto con el Centro CÍVITAS y el Relator de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas, Eddison Lanza, se abordaron temas relevantes para la defensa de la Libertad de Expresión, como los monopolios mediáticos que afectan la democracia en Centroamérica.

El rol de la unidad es también defender el ejercicio de la libertad de expresión y lograr que a través del ejercicio del mismo se pueda denunciar el atropello de los otros derechos, y así fortalecer la democracia. Parte de esta denuncia fue el Observatorio Electoral de DEMOS, en el cual la organización formó a observadores y observadoras de 52 municipios para denunciar anomalías dentro del proceso electoral.

III. PLAN DE PRÁCTICA

3.1 Acuerdo contractual del horario

El acuerdo de horario establecido fue de 8 de junio a 28 de agosto de 2015. En el horario de 8 am a 5 pm de lunes a viernes, con la disponibilidad de trabajar fines de semana cuando fuese necesario. Se hizo indispensable trabajar fines de semana en actividades que se desarrollan sábados y domingos, por facilidad de los beneficiarios de los talleres.

3.2 Descripción del departamento al que fue asignado.

El departamento asignado fue el departamento de Libertad de Expresión el cual busca el establecimiento de alianzas con organizaciones comunitarias, nacionales y redes internacionales de protección a periodistas y de investigación con organizaciones académicas lo cual facilita el manejo de información desde lo local. La finalidad del departamento es proteger y promover la libertad de expresión y opinión. También formar a comunicadores y jóvenes para que puedan abordar temáticas que contribuyen al fortalecimiento de la democracia.

Como labor secundaria, también fue asignado el departamento de formación e incidencia política, el cual busca formar a los ciudadanos con contenido estratégico para que puedan incidir en políticas públicas y locales. Su objetivo es fortalecer las capacidades críticas de los y las ciudadanos guatemaltecos para que manejen el contenido necesario para ejercer una ciudadanía responsable.

3.3 Objetivos establecidos:

Objetivo general

- Visibilizar ante los medios de comunicación el trabajo que realiza DEMOS, en especial la unidad de Libertad de Expresión y Formación e Incidencia.

Objetivos específicos

- Lograr cobertura mediática.
- Realizar monitoreo de medios para evaluar impacto en medios.
- Asistir en ejecución para las actividades necesarias durante los proyectos de comunicación y formación e incidencia política.

3.4 Funciones pactadas a desarrollar:

- Monitoreo de medios
- Sistematización de actividades para la memoria de la organización y visibilidad ante los medios de comunicación a través del uso de redes sociales.
- Gestión de entrevistas
- Convocatoria a medios de comunicación y organización de conferencias de prensa
- Asistente de proyectos y talleres impartidos a jóvenes comunicadores

3.5 Presentación de las modificaciones y análisis de las razones.

Las prácticas iniciaron con la sistematización de datos en la reunión con el Ex relator de Libertad Expresión para las Naciones Unidas, Edison Lara. A partir de esa reunión se estableció que se trabajaría el proyecto de Libertad de Expresión, el cual se basaría en una investigación sobre la concentración de los medios de comunicación en los países del Triángulo Norte, sin embargo, a medida que fue cambiando la coyuntura política se priorizaron otros proyectos de incidencia política como el proyecto de la Convergencia Nacional Para la Reforma Política, CONAREP. La organización decidió no realizar la investigación sobre el monopolio mediático este año.

Otra actividad que no fue programada, pero que se incorporó en las prácticas, fue la comunicación del Encuentro Nacional de Observadores. En los encuentros realizados con más de 400 jóvenes de toda Guatemala, se hicieron los

comunicados y el envío a los medios, para lograr espacios importantes dentro de medios nacionales e internacionales. Además se brindó atención a medios en ambos encuentros, generando entrevistas con actores clave de la organización y participantes de los encuentros.

Durante el segundo encuentro, se llevó a los observadores al VI Foro Regional Esquipulas, lo cual tampoco estaba contemplado al iniciar las prácticas, y se coordinó la presencia de los comunicadores comunitarios de DEMOS a la conferencia de prensa impartida por el Ex presidente de Uruguay, y actual Senador, José (Pepe) Mujica.

Dentro del plan de prácticas también se apoyó en los eventos que hicieron en alianza junto a Fundación Esquipulas, sin embargo, se añadieron al trabajo de prácticas ya que la organización aceptó la participación como aliado estratégico.

Uno de los eventos fue el “Conversatorio Contra la Impunidad”, en el cuál además de brindarle atención a los medios de comunicación ese día, se manejó la agenda de entrevistas del Dr. Baltasar Garzón, al cual se le acompañó durante todas las entrevistas del día.

Otra modificación al plan de prácticas original, fue el manejo de redes sociales de DEMOS. Esto incluyó generación de contenido, fotografías, y alimentación de la fan page con contenido relevante y estratégico para la organización. Se logró incrementar el *engagement*, o la interacción de los usuarios de la página con el contenido generado. Esta actividad se incorporó porque en el camino, los directivos de DEMOS, notaron una debilidad en esta área y aprovecharon la oportunidad de tener una experta en comunicación para el manejo de la misma.

IV. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

4.1 Comunicación Organizacional

Según Castro, Celeste y Abad (2005) la comunicación organizacional es una disciplina con un amplio bagaje teórico y dispone de profesionales bien formados y capacitados para desarrollar su trabajo. El autor enfatiza que la comunicación no es periodismo y que los medios de comunicación social son un canal más de todos los posibles que un departamento de comunicación puede utilizar para desarrollar su estrategia. .

DEMOS entiende la comunicación como un factor obligatorio debido a la transparencia que demandan los donantes y la cooperación internacional. El autor indica que la comunicación organizacional es una obligación legal ya que transparenta el quehacer de las organizaciones, lo cual incide en la reputación de la organización. Esto es de suma importancia para la organización ya que parte de sus públicos prioritarios son los donantes y la Cooperación Internacional

4.1.1 Community management

Una de las herramientas de la comunicación organizacional es la comunicación digital, a través de redes sociales, llamado *community management*. De acuerdo a Curtchis y García (2011) un *community manager* es quien se encarga de cuidar y mantener la comunidad de seguidores que la marca o empresa atraiga, y ser el nexo de unión entre las necesidades de los mismos y las posibilidades de la empresa. Para ello debe ser un verdadero experto en el uso de las herramientas de *Social Media*.

El objetivo del trabajo de comunicación realizado en DEMOS, fue la visibilidad de las actividades y proyectos realizados por la institución. Además de generar visibilidad a través de los medios de comunicación, se generó a través del uso de redes sociales y comunicación digital. Los autores sostienen que el flujo de información a tener desde el departamento de Comunicación hacia el Social Media

debería ser constante para que toda la información pueda alimentar las redes sociales.

Curtchis y García (2011) indican que el lenguaje siempre debe ser adaptado al medio donde se deba comunicar, las redes sociales no manejan notas de prensa. Además deberían coordinar las acciones de Comunicación y Relaciones Públicas para lograr una máxima cobertura.

4.2 Relaciones Públicas

El trabajo principal realizado en las prácticas fue el de relaciones públicas. De acuerdo a Wilcox y Cameron (2006) la gente suele definir las relaciones públicas en función de sus técnicas y tácticas más patentes como la *publicity*. Lo que la gente no suele comprender es que las relaciones públicas constituyen un proceso que implica muchas cuestiones sutiles y de gran alcance. Incluye la investigación y análisis, la programación, la comunicación y la retroalimentación. Los autores indican que los profesionales de Relaciones Públicas actúan a dos niveles distintos: como asesores de sus clientes o de la alta dirección de una organización, y como técnicos que producen y divulgan mensajes en múltiples canales de comunicación.

Wilcox y Cameron (2006) afirman que las Organizaciones Sociales utilizan las Relaciones Públicas para que el público conozca el propósito y las actividades de la organización. Para esto es importante conocer el público para poder captar su atención y que el mensaje sea difundido y tenga incidencia social además de obtener fondos de donantes.

Los autores afirman que en esta época de responsabilidad y transparencia, ninguna organización existe únicamente para alcanzar sus propios fines, sino que debe servir al conjunto de la sociedad. Ninguna organización puede existir sin el consentimiento explícito de sus diversos públicos. Durante el trabajo de prácticas realizado en DEMOS se hizo llegar a distintos públicos la labor que la organización realiza para servir a la sociedad.

4.3 La Teoría del establecimiento de la agenda

Wilcox y Cameron (2006) afirman que el trabajo en relaciones públicas contribuye a formar opinión pública a través de los medios de información. La Teoría del Establecimiento de la Agenda (*Agenda Setting*) afirma que el contenido de los medios de comunicación determina la agenda del debate público. Los medios, al seleccionar las noticias y titulares, están diciendo al público sobre qué tienen que pensar, pero no necesariamente qué tiene que pensar al respecto.

Los autores afirman que desde el punto de vista de las relaciones públicas, conseguir que un tema esté incluido en la agenda de los medios es un logro y un avance hacia los objetivos de la organización.

Llanos y Nina (2011) indican que la teoría de la *Agenda Setting* hace referencia a la capacidad de los medios de dirigir la atención pública hacia ciertos temas presentados como los más importantes en ese momento. Como consecuencia se sesga la atención del público a determinadas cuestiones de la escena política y electoral en desmedro de otras.

4.3.1 Incursionar en la Agenda mediática

De acuerdo a Wilcox y Cameron (2006) una forma tradicional utilizada por los relacionistas públicos para llegar hasta los líderes de opinión y a otros públicos clave consiste en utilizar a los medios de comunicación social. Los medios de comunicación permiten que la información proveniente de una fuente de relaciones públicas pueda divulgarse rápida y eficientemente a millones de personas. El rol de los medios de comunicación fue un factor importante durante el trabajo de prácticas realizado en DEMOS para llegar a sus públicos objetivos.

Según Crilley (2003), para lograr incursionar en la agenda de los medios, el tiempo es todo. En un día ocupado, cuando hay muchas noticias, puede no haber mucha demanda para la noticia que se desea incluir a la agenda de los medios; pero la misma historia, en un día lento de noticias puede aparecer en

varios medios. Esto se pudo evidenciar en el trabajo de Relaciones Públicas que se realizó en DEMOS, específicamente en el proyecto de CONAREP.

De acuerdo a Crillery (2003), una característica fundamental para incursionar en la agenda de los medios es el impacto. En las salas de noticias la pregunta clave todos los días es ¿Las personas mirarán esto? Los medios no cubren lo ordinario, cubren lo extraordinario. El autor sugiere que para que los medios incluyan una historia, se debe hacer algo diferente. Mientras se hace una historia, el autor sugiere pensar en un *twist* que haga la historia extraordinaria.

El experto en Relaciones Públicas sugiere formar una relación duradera con los reporteros, por lo que recomienda siempre ser gentil con los mismos, tratarlos con respeto, estar conscientes de sus tiempos y facilitarles el trabajo. Crillery agrega que se debe estar disponible si desea que los medios lo utilicen como fuente de información, proporcionar datos verídicos y agradecerles por la cobertura. El autor asegura que si los medios llaman a un relacionista público por información, el relacionista ya está posicionado. Esto se logró a través del trabajo de prácticas realizado en DEMOS.

Wilcox y Cameron (2006) afirman que los periodistas y los relacionistas públicos se necesitan mutuamente. Los medios de comunicación necesitan material e ideas procedentes de las fuentes de relaciones públicas y los relacionistas públicos necesitan a los medios como lugar para exponer su material. Los autores recomiendan a los relacionistas recordar que los periodistas usualmente están muy ocupados por lo que al abordarlo se debe defender su material de forma breve y objetiva. Los periodistas reciben con mayor agrado informaciones de organizaciones sin ánimo de lucro que los comunicados de las grandes empresas que buscan publicidad gratuita. Por último afirman que los buenos periodistas y los relacionistas públicos competentes se respetan mutuamente y trabajan bien juntos. A lo largo de los años, ha aumentado el respeto de los medios de comunicación hacia las Relaciones Públicas.

4.3.2 Los medios de comunicación en la Comunicación Política

De acuerdo a Canel (2005) en la cobertura de los sucesos políticos, los medios de comunicación proyectan unos enfoques que median la realidad. Canel argumenta que el poder que los medios de comunicación tienen en la cobertura temas políticos no viene determinado tanto por la acción del periodismo de investigación como fundamentalmente por el marco interpretativo que los medios transfieren en su cobertura.

La autora enfatiza que los medios desempeñan un importante papel en la configuración de la memoria social. Por tanto, una de las fuentes de poder de la prensa, es la habilidad para construir naciones con fuerza que enfocan los incidentes de forma memorable y apuntan hacia significados más extensos. A través de los medios de comunicación, el instituto DEMOS priorizó el uso de los medios de comunicación para contribuir con el objetivo del fortalecimiento de la democracia en Guatemala.

4.4 Monitoreo de medios

Llanos Et al (2011) indican que la importancia en realizar monitoreo de medios radica en que los medios de comunicación constituyen una ventana para percibir una realidad a la que la ciudadanía no tiene acceso directo. Los medios son quienes identifican y priorizan los temas a los que debe dirigirse la mirada pública día a día. También seleccionan a los actores/as de los temas noticiosos.

Las autoras indican que un monitoreo de medios tiene como objetivo cuantificar la cobertura periodística que se le brinda a determinados temas. Este tipo de estudio es cuantitativo ya que mide el espacio que ocupa la información relacionada con determinados temas que aparecen en una nota informativa. También es cualitativo ya que se miden los aspectos relacionados a la nota, como la ubicación dentro del medio o el tratamiento de la información.

De acuerdo a las autoras, el monitoreo de medios se realiza a través de la lectura de diarios, visualización de los noticieros televisivos, y escucha de los programa

radiales, lo que permite identificar las notas informativas relacionadas con el tema de interés.

4.5 Comunicación Política

De acuerdo a Wolton, en un principio la comunicación política se designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado. Después se extendió al estudio del papel de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública y a la influencia de los sondeos en la vida política, mayormente para estudiar las preferencias entre las preocupaciones de la opinión pública y la conducta de los políticos. Hoy la comunicación política abarca el estudio del papel de la comunicación en la vida política, e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés en los períodos electorales.

Según Canel, los medios de comunicación han llegado a merecer calificaciones como la de agentes políticos, grupos de interés, grupos de presión o miembros de la élite política, y bajo estas designaciones se entiende que los medios son verdaderos agentes de poder y que tienen un rango que se acerca al propio de las instituciones políticas. El Instituto DEMOS, comprende la importancia de los medios de comunicación como agentes de poder, por lo que sus acciones buscan incidir en la agenda de los medios y en las agendas de los grupos de poder.

De acuerdo a Mendé B y Smith C (1,999) la comunicación política es un proceso indispensable para el espacio político contemporáneo; permite la confrontación de los discursos políticos y constituye la condición de funcionamiento de democracia masiva. Al ser la comunicación política parte fundamental de la democracia, es un pilar fundamental en el quehacer de DEMOS, ya que el fortalecimiento de una genuina democracia es el quehacer principal de la Institución. Las autoras agregan que la comunicación política, como espacio de resolución de conflictos sociales entre los distintos actores: Estado, partidos políticos, medios de comunicación y opinión pública, implica la transmisión de la realidad y una realidad medial construida.

4.5.1 Opinión Pública y Comunicación Política

De acuerdo a Wilcox y Cameron (2006) la opinión pública puede ser una fuerza casi tangible en lo que piensa la gente sobre temas controvertidos, que uno puede expresar en público sin aislarse. La opinión pública es la suma de las opiniones individuales sobre una cuestión que afecta a dichos individuos.

Ried (1996) afirma que la opinión pública es un concepto político y que únicamente en una democracia en la que se ha alcanzado cierto nivel de desarrollo de los medios de comunicación, puede hablarse con propiedad de una opinión pública. El autor agrega que la primera función de la comunidad democrática, es la de crear una comunidad informada.

El trabajo de comunicación realizado en DEMOS tuvo como fin último incidir en la opinión pública tanto de actores nacionales como de la Comunidad Internacional. Según Ochoa (2000), En la actualidad el ciudadano está más preocupado e intenta influir en la toma de decisiones internacionales, en cuanto que existen nuevos acuerdos y alianzas entre países. La opinión Pública representa una serie de efectos de la comunicación política (opiniones, creencias, actitudes, etc.)

Ochoa agrega que la opinión pública es el campo de estudio sobre ciertos temas en los que las consideraciones de la mayoría son determinantes para la marcha del ejercicio de los poderes públicos, así como las tendencias y preferencias partidistas.

Ochoa indica que los rasgos característicos de los mensajes políticos son la intención, el carácter público o privado, la predisposición del receptor para aceptar un mensaje, el contexto, el significado, las interpretaciones, lo que se calla o se omite, búsqueda de aceptación o consenso, grado de acuerdo o compromiso entre el receptor y el político, carisma e imagen, viabilidad de lo que se propone, grado de poder o autoridad, las barreras y la trascendencia o efecto.

Ochoa (2000) agrega que los géneros formatos de los mensajes políticos pueden ser las peticiones, las quejas, los boletines de prensa, el *cartoon* político, el teatro político, el editorial, la columna periodística, la entrevista política, la conferencia, el debate, el cartel, el spot de radio, los mensajes de televisión, las páginas electrónicas, los panfletos, los manifiestos, canciones, rimas y consignas, entre otros. En el presente trabajo se analizará los formatos utilizados para generar comunicación política desde la institución en la que se realizaron las prácticas.

4.6 Derechos Humanos

El instituto DEMOS trabaja para la promoción de los Derechos Humanos. De acuerdo con la Declaración Universal de los Derechos Humanos escrita en 1948 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el conocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de toda la humanidad.

Uno de los quehaceres principales de la organización, es defender la libertad de expresión. El artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, manifiesta que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y el poder difundirla, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

4.7 Democracia

Según Dahi (2004) el término democracia, literalmente significa gobierno del pueblo. El autor sostiene que la democracia ideal debería tener como mínimo seis características: participación efectiva, igualdad de votos, electorado informado, control ciudadano del programa de acción, inclusión y derechos fundamentales.

Dahi (2004) afirma que en una democracia representativa ideal, los ciudadanos deben tener derecho a la libertad de expresión y a expresarse en público sobre una amplia gama de temas sin temor al castigo.

4.7.1 Democratización

De acuerdo a Mazzuca (2002) el término “democratización” designa tres escenarios de conflictos políticos. El primero consiste en la crisis de los gobiernos autoritarios y su reemplazo por regímenes políticos democráticos. El segundo es el del fortalecimiento o estabilización de las instituciones democráticas instaladas una vez completada la transición. El tercer escenario pone de relieve una serie de problemas que se supone complejamente conectados: corrupción de los funcionarios públicos a nivel nacional y regional, debilidad de las agencias de control del poder ejecutivo, iniquidad en la provisión de servicios públicos básicos como la administración de justicia y serias amenazas a la seguridad ciudadana. El autor afirma que de este modo, la democratización comienza con la “transición democrática” y, si la transición es exitosa, continua con la consolidación de la democracia y el tratamiento de problemas que hacen a la calidad democrática.

4.8 Perfil del comunicador Landivariano

De acuerdo a la página de Internet de la Universidad Rafael Landívar, el Departamento de Ciencias de la Comunicación busca formar comunicadores sociales propositivos que incidan en el desarrollo del país y cuyo ejercicio profesional proyecte la misión fundamental de la URL, principalmente en lo referente a: “coadyuvar a la transformación de la sociedad hacia estadíos cada vez más humanos, más justos y más libres”.

A lo largo de la carrera, se espera que el o la comunicadora desarrolle las siguientes capacidades:

- Dominio del lenguaje escrito, radiofónico y televisivo, así como de los procesos comunicativos que establecen las Ciencias de la Comunicación.
- Dominio de la comunicación para el desarrollo comunitario y para el cambio social, desde la planificación y creación de programas de comunicación con fines sociales.
- Desempeño profesional ético con capacidad de emitir opiniones apegadas a la verdad y con la mayor objetividad posible y con capacidad para proponer

nuevas formas de proceder desde los diversos ámbitos de la comunicación, a fin de orientar la actuación desde la ética.

- Práctica de la investigación con el fin de plantear respuestas y soluciones al desarrollo nacional en términos de proyectos de comunicación.
- Conocimiento de la realidad social pluricultural y multilingüe guatemalteca con el propósito de contribuir a cambios de actitudes en la sociedad guatemalteca.

4.9 Práctica Supervisada

Para lograr culminar con la formación del comunicador landivariano, es requisito cumplir con la labor documentada en el presente trabajo, prácticas profesionales supervisadas. De acuerdo a la Universidad CAECE ubicada en Buenos Aires, Argentina, la práctica profesional supervisada es una actividad obligatoria en la que el alumno realiza actividades contempladas en los alcances del título y relacionadas con el medio real de desempeño de la profesión. El objetivo es que el alumno integre los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica de la carrera, enfrentándose con problemas reales de la profesión

V. INFORME DE PRÁCTICAS

Durante el trabajo realizado en prácticas desde el Departamento de Libertad de Expresión y el Departamento Proyectos de Formación e Incidencia, se trabajaron cuatro proyectos principales. La posición en las prácticas fue Relacionista Pública de la institución. Para los proyectos de comunicación se contó con la orientación del jefe de la Unidad de expresión, Wilfredo González y de la coordinadora del departamento de Formación e incidencia política, Mónica Muñoz.

Los objetivos del departamento de Libertad de Expresión son garantizar la democratización de la información y la comunicación, proteger y promover la libertad de Expresión y Opinión y apoyar con el fortalecimiento de capacidades de comunicadores comunitarios de la región centroamericana.

La unidad de formación e incidencia, se centra en la creación de programas de formación e incidencia política para formar a jóvenes, mujeres e indígenas del país para formarlas y formarlos con herramientas que les facilite incidir en las políticas locales y públicas.

En el lugar de las prácticas se brindaron las herramientas de trabajo necesarias como computadora, cámara, internet, retroproyector para presentaciones y teléfono. En cuanto al trabajo dentro de la organización no se contó con inducción, sin embargo, la organización cuenta con muchas investigaciones, documentos y columnas que reflejan el quehacer y la visión de la institución.

Durante las prácticas se estuvo a cargo de cuatro proyectos simultáneamente. El primero fue estar a cargo del relacionamiento con los medios y de la comunicación para la Convergencia Nacional para la Reforma Política, CONAREP. Este proyecto duró toda la práctica, iniciando en junio y finalizando en septiembre. Para poder realizar este proyecto se trabajó en conjunto con una agencia de comunicación que DEMOS contrata, la cual estuvo a cargo de la comunicación digital, la elaboración de spots radiales y digitales, el diseño de folletos y diseño de banners. En todo el

proceso se trabajó en conjunto y todos los materiales elaborados por la agencia, debían ser validados desde el trabajo de prácticas.

El segundo proyecto fue el trabajo de comunicación realizado en DEMOS en el marco del Mirador Electoral. En dicho proyecto se estuvo a cargo del área de comunicación, tanto en visibilidad mediática, como en apoyo en los Encuentros Nacionales de Observadores. El equipo de comunicación para dicho proyecto fue conformado por la practicante y el jefe del departamento de Libertad de Expresión. El proyecto inició en mayo y continúa vigente.

El tercer proyecto, consistió en talleres de comunicación para la incidencia dirigido a jóvenes comunicadores comunitarios de Centroamérica y de toda Guatemala. Dichos talleres se desarrollaron desde la primera semana de prácticas, y se continúan impartiendo como una colaboración para la formación de comunicadores comunitarios. En dicho proyecto se trabajó directamente bajo la supervisión del coordinador de la unidad de Libertad de Expresión de DEMOS y la coordinadora del departamento de Formación e Incidencia. En el marco del proyecto, se trabajó conjuntamente con otra organización de comunicación para el desarrollo que tiene su sede en El Salvador y se denomina Comunicándonos.

El cuarto proyecto que se realizó dentro de las prácticas, fue estar a cargo de la comunicación del Centro de Observación, Información y Análisis Electoral 2015. Dicho proyecto empezó la última quincena de agosto, y finalizó después de las elecciones. Se contó con el apoyo de otro comunicador de la organización, quien estuvo a cargo de la comunicación digital, como la transmisión en vivo y los diseños.

Por último, se brindó apoyo en la comunicación de empresas aliadas a DEMOS, como las Naciones Unidas, Fundación Esquipulas para la Integración Centroamericana y Centro CÍVITAS. En dichos eventos no se contó con apoyo en el área de relacionamiento con los medios. Los eventos se dieron esporádicamente desde junio hasta agosto antes de finalizar las prácticas.

5.1 Explicación detallada de las actividades realizadas durante las distintas etapas de la práctica

5.1.1 Trabajo de comunicación ejecutado para la Convergencia Nacional para la Reforma Política –CONAREP-.

Como comunicadora de DEMOS, se estableció una estrategia de comunicación para posicionar el tema de la Reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos. La primera de las estrategias tuvo por nombre BOCAMALIS, llamada así por que se utilizaron bolsones, carteles, mantas y listones, posicionando #ReformaElectoralYa. Se trabajó en conjunto con un equipo de comunicación contratado por CONAREP, el cual se encargó de la comunicación digital, miembros de CONAREP y directivos. Se estableció que como estrategia de comunicación se debían posicionar tres reformas no negociables las cuales se debían mediar para que el mensaje llegara a las personas en las manifestaciones. Los tres puntos no negociables que se decidieron comunicar fueron: “Políticos honestos”, “financiamiento transparente” y “partidos que nos representen”.

Se coordinó el posicionamiento en los medios de comunicación acompañado por acciones en las redes sociales. En esta fase se coordinó la impresión de los materiales, fue un gran aprendizaje ya que no se manejaban los términos de impresión.

Como parte de la labor de Relaciones Públicas se elaboró un comunicado para dar a conocer la estrategia de CONAREP y posicionar a sus analistas como fuente de información para los medios y expertos en la Reforma Política. Se logró concretar entrevistas con El Periódico, EFE y Emisoras Unidas. La primera fase de la estrategia se realizó durante la manifestación en la plaza el 13 de junio. Durante la plaza los miembros de CONAREP portaron las mantas y repartieron los carteles y bolsones. Se logró que los medios que cubrieron la manifestación mencionaran las acciones de CONAREP.



Ref. Convocatoria a medios 065-2015

Descripción:

La Convergencia Nacional por la Reforma Política, CONAREP, en coordinación con diversos colectivos y organizaciones sociales a nivel nacional desarrollará la primera fase de una iniciativa multisectorial para unificar propuestas y consignas de las manifestaciones ciudadanas iniciadas el 25M en distintos puntos del país.

En el escenario de la manifestación pacífica 13 de junio (13J) convocada para el sábado en la Plaza de la Constitución de Guatemala y diversos puntos del país, se presentará la consigna #ReformaElectoralYa que alude a la reforma de la Ley Electoral y de Partidos Políticos (LEPP) como petición ciudadana de urgencia nacional que incluye y unifica las peticiones que han venido surgiendo desde el #RenunciaYa creado como consecuencia del caso "La Línea".

Asimismo, en esta concentración ciudadana se dará a conocer los primeros tres puntos de una agenda mínima de "no negociables" que traduce aspectos básicos que se exigen al Congreso de la República para incluir en la reforma a la LEPP: "partidos que nos representen", "políticos honestos", y "financiamiento con transparencia".

La iniciativa se implementará a través de una estrategia presencial y virtual multimedia para dar resonancia y promover participación de todos los sectores ciudadanos que no han cesado de manifestar durante más de dos meses en todo el país.

LUGAR: Plaza de la Constitución, Ciudad de Guatemala

HORA: 3:00 pm

Para ampliar la información y concretar entrevistas con los miembros de CONAREP:

- Luis Mack – Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO
- Otilia Lux de Cotí – Grupo 212
- Edgar Pereira – Instituto Centroamericano de Estudios para la Democracia, DEMOS
- Stephanie López – Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, INCEP

Comunicarse con el equipo de Relaciones Públicas: Isabela Carranza (4010-

Imagen 1: Convocatoria a medios para CONAREP

Se decidió que era importante posicionar a los miembros de CONAREP como fuente de información sobre la coyuntura política, así que se aprovechó la noticia del día –antejuicio del diputado Baudilio Hichos- para enviar un posicionamiento como CONAREP, y ofrecer a expertos para análisis. Se logró tener mención en El Periódico y en Prensa Libre.

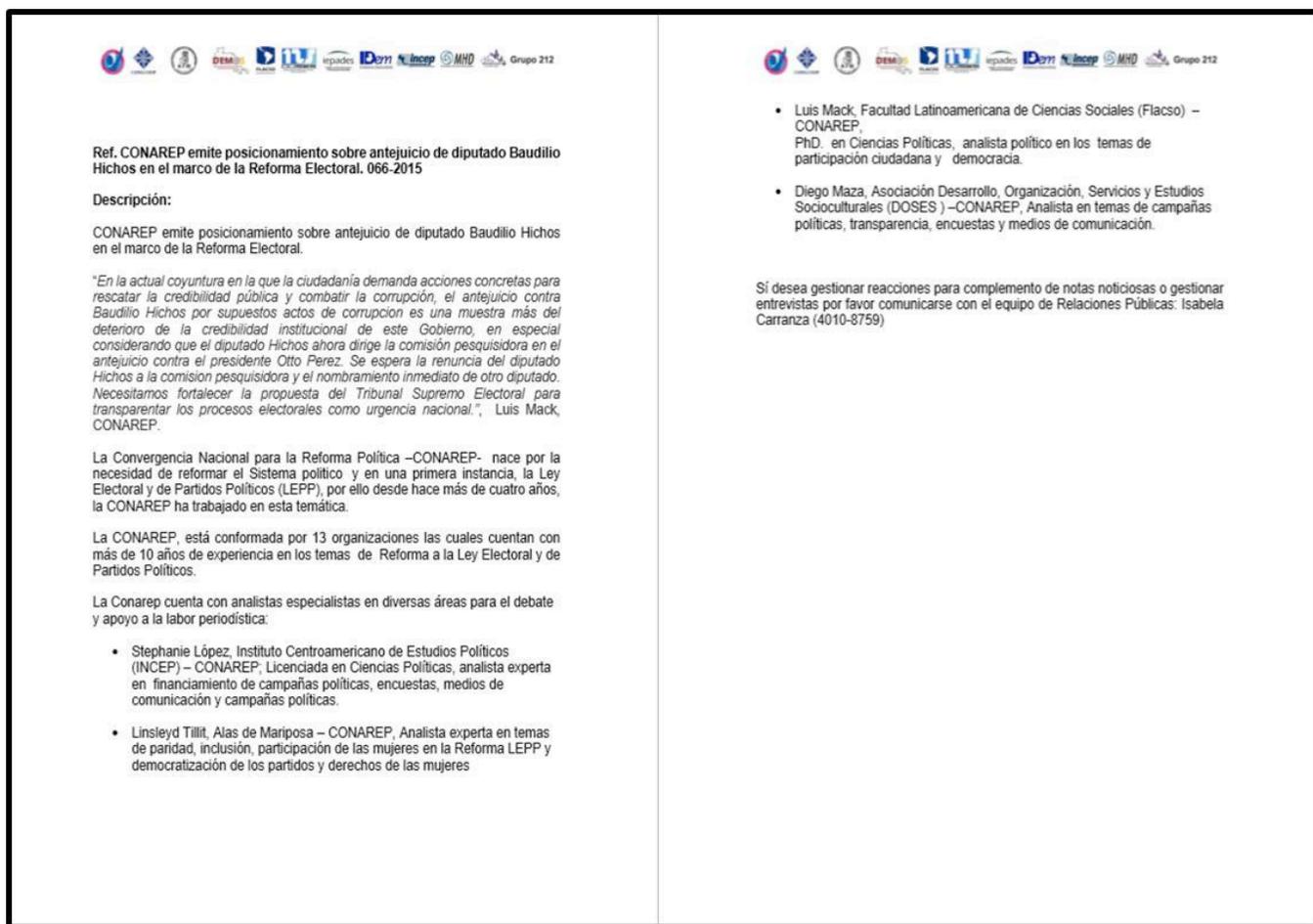


Imagen: 2 Comunicado sobre posicionamiento del antejuicio de Baudilio Hichos

Se realizaron reuniones con los miembros de CONAREP, en las cuales se definieron posturas y se tomaron decisiones de las acciones a seguir. En las reuniones estuvieron presentes políticos y analistas expertos como Catalina

Soberanis coordinadora de la Unidad de Análisis Estratégico de PNUD, Luis Mack, analista de FLACSO, entre otros.

Se continuó con la asistencia a las manifestaciones para poder documentar fotográficamente las mismas y alimentar las redes de CONAREP y de DEMOS además se hizo cabildeo con los medios de comunicación y se logró gestionar una entrevista con la agencia internacional de noticias, EFE, para los miembros de CONAREP.

Para seguir posicionando el tema de la urgencia de la Reforma a la Ley Electoral, se organizó una conferencia de prensa, en la cual como experiencia de práctica se tuvo a cargo todo el manejo de la misma. Desde reservación del hotel, selección de coffe break, convocatoria a medios y montaje del evento. Durante el evento también se obtuvo práctica como maestra de ceremonias y se brindó atención a los medios de comunicación. La asistencia de los medios fue muy alta El impacto en la agenda de los medios fue positiva. El informe del impacto mediático y del labor de comunicación fue presentada en una reunión a la Señora Valerie Julliard, Representante de las Naciones Unidas, ya que el Sistema de las Naciones Unidas es uno de los donantes principales de la ONG.

N	MEDIO	FEC HA	ENLACE	Sección	Titular	Tamaño	autor
1	Fox News	05/07/2015	http://latino.foxnews.com/latino/espanol/2015/07/05/organizaciones-civiles-demandan-de-urgencia-reforma-politica-en-guatemala/	Español	Organizaciones civiles demandan de urgencia reforma política en Guatemala	363	EFE
2	La Noticia en Guatemala	05/07/2015	http://lanoticiaenguatemala.com/organizaciones-civiles-demandan-de-urgencia-reforma-politica/	Nacional	Organizaciones civiles demandan de urgencia reforma política en Guatemala	332	EFE
3	AGN	05/07/2015	http://www.agn.com.gt/index.php/world/politics/item/3801-sociedad-civil-urge-aprobar-reformas-	Noticias	Sociedad civil urge aprobar reformas electorales	213	Yuri Alfonso López

			electorales				
4	La Nación	06/07/2015	http://www.lanacion.com.gt/solicitan-aprobacion-urgente-de-reforma-electoral/	Nación	Solicitan aprobación Urgente de Reforma Electoral	141 palabras	Edson Lozano
5	Diario de Centroamérica	05/07/2015	http://www.dca.gob.gt/index.php/nacional/item/31896-entidades-de-la-sociedad-civil-solicitan-aprobaci%C3%B3n-de-reformas-electorales	Nacional	Entidades de la sociedad civil solicitan aprobación de reformas electorales	168 palabras	Gustavo Villagrán
6	Star Media	05/07/2015	http://noticias.starmedia.com/sociedad/confirman-6-septiembre-como-fecha-elecciones-en-guatemala.html	Noticias	Confirman 6 de septiembre como fecha de elecciones en Guatemala	257 palabras	Andrea Coloma
7	El Periódico	06/07/2015	http://www.elperiodico.com.gt/es/20150706/pais/14559/Grupos-discrepan-sobre-vigencia-de-reformas-electorales.htm	País	Grupos discrepan sobre vigencia de reformas electorales	103 palabras	Manuel Silva
8	La Prensa	06/07/2015	http://impresaprensa.com/mundo/Exigen-reforma-politica-urgente-Guatemala_0_4248325157.html	Mundo	Exigen reforma política urgente en Guatemala	249	EFE
9	La Estrella de Panamá	06/07/2015	http://laestrella.com.pa/internacional/america/sociedad-civil-pide-reformas-guatemala/23877311	Internacional	La sociedad civil pide reformas en Guatemala	156 palabras	EFE

10	Nuevo Diario	06/07/2015	http://www.elnuevodiario.com.ni/politica/364001-guatemala-niega-candidatura-hija-rios-montt/	Política	Guatemala niega candidatura a hija de Rios Montt	487 palabras	EFE
11	La Crónica	06/06/2015	http://www.lacronica.com/EdicionEnLinea/Notas/Internacional/05072015/986795-Maximo-tribunal-electoral-de-Guatemala-ratifica-calendario-electoral.html	Internacional	Máximo Tribunal electoral en Guatemala ratifica calendario electoral	156 palabras	Agencias
12	Fox News	06/07/2015	http://latino.foxnews.com/latino/espanol/2015/07/06/organizaciones-sociales-marcharan-hoy-para-exigir-reformas-ley-electoral/	Español	Organizaciones sociales marcharán hoy para exigir reformas a la ley electoral	301 palabras	EFE
13	La Hora	06/07/2015	http://lahora.gt/mirador-apoya-reformas-a-la-ley-electoral/	Nacionales	Mirador apoya reformas a la Ley Electoral	315 palabras	Sara Ramos
14	La Prensa Gráfica	06/07/2015	http://www.laprensagrafica.com/2015/07/06/demandan-una-reforma-politica	Internacionales	Demandan una reforma política	300 palabras	EFE

Imagen 3: Monitoreo de impacto en medios de conferencia de prensa CONAREP

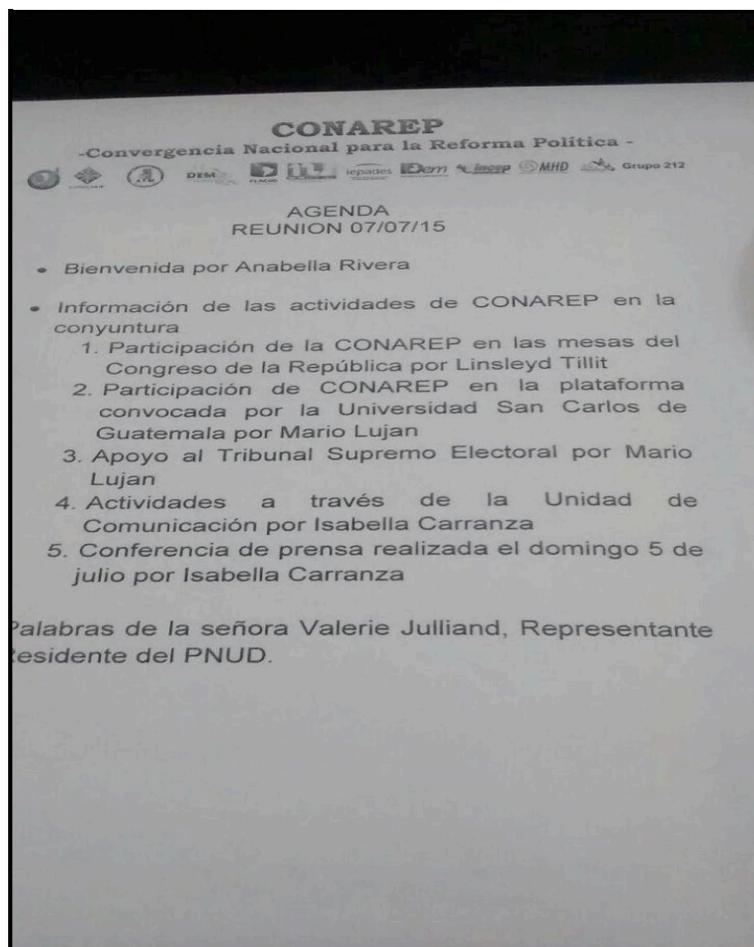


Imagen 4: Agenda de Reunión con Naciones Unidas

Se definió una nueva fase de la estrategia de CONAREP, llamada RESONANCIA, la cual consistió en unir esfuerzos con otras organizaciones de la sociedad civil para poder unir consignas y tener mayor resonancia en los mensajes. Se organizó un taller bajo el nombre Resonancia, el cual reunió varias organizaciones de la Sociedad Civil que también buscan la Reforma a la Ley Electoral, para buscar los puntos en común y unificar estrategias. Se asistió al taller como asesora de comunicación y se sistematizó la postura de cada organización. Durante el taller en el cual asistieron expertas como Anabella Giracca, Catalina Soberanis, Alicia López, Anabella Rivera, entre otros, se definieron mensajes comunes: #CCteExigimos #TSE4974 #ReformaElectoral #UrgenciaNacional. Se decidió que se realizaría una

conferencia de prensa en la cual las organizaciones cohesionadas exigían la Reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos. Como parte de las prácticas se coordinó toda la conferencia de prensa, la convocatoria a medios, el lugar y montaje, la atención a medios y la redacción de comunicado.



Imagen 5: Manifestante portando cartel de CONAREP #ReformaElectoralYa



“La cohesión de la sociedad civil ante la crisis política es inédita”

GUATEMALA, 14 de julio de 2015. Como un hecho sin precedentes fue calificada la articulación que se está gestando entre más de 20 organizaciones sociales, asociaciones de mujeres, academia, tanques de pensamiento y activismo político para exigir a los diputados del Congreso conocer la iniciativa de reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos, LEEP, 4974 del Tribunal Supremo Electoral, TSE, por urgencia nacional.

Las organizaciones presentaron un comunicado de posicionamiento conjunto y dieron a conocer diversas acciones que se están llevando a cabo de manera articulada.

Marco Juárez, de la Asociación Paz Joven, enfatizó que todas las actividades convocadas se realizan de manera pacífica y cohesionada. Juárez puntualizó que uno de los puntos más importantes es aunar consignas en mensajes que aunque no sean idénticos, simbolizan mensajes comunes. “Estamos uniéndonos y posicionando mensajes conjuntos que tienen resonancia entre las distintas organizaciones, tales como #ReformaElectoralYa #UrgenciaNacional #TSE4974Si”, puntualizó.

Por su parte, Edgar Pereira, del Instituto DEMOS y la Convergencia Nacional para la Reforma Política, CONAREP, puntualizó que es necesario que la iniciativa de ley 4974 sea conocida por urgencia nacional. Pereira agregó que es un momento muy importante ya que la ciudadanía empezó a participar y organizarse: “desde abril decidimos empezar a participar y cada vez hay más acuerdos; la propuesta del TSE está siendo apoyada por todos los sectores de sociedad civil, lo cual es algo sin precedentes en el país”.

“Estamos en un momento crítico que nos ha llevado a unir esfuerzos para que las reformas se realicen de forma sustancial y reflejen las demandas ciudadanas de los diferentes sectores”, puntualizó Stephanie López, del Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, INCEP.

De igual manera, Alicia López, Asociación Política de Mujeres Mayas, MOLOJ reconoció que este es un momento histórico en el país porque se ha logrado la participación ciudadana desde diversos espacios y reafirmó la exigencia a los diputados para que escuchen las voces de la ciudadanía para implementar la reforma política en el país. Finalizó exhortando a otras organizaciones y a la ciudadanía general a unirse a la petición de Reforma Electoral como urgencia Nacional.

Imagen 6: Comunicado de prensa para estrategia RESONANCIA

Para continuar con la estrategia se coordinó la elaboración, diseño e impresión de un folleto a ocho caras en el cual se explicará la Reforma a la Ley Electoral y los puntos no negociables y carteles con mensajes clave. Fue un reto comprender los términos de imprenta pero se logró coordinar todo con la mediación del diseñador y la ejecutiva de ventas. Los materiales se utilizaron y repartieron en la plaza en la manifestación del 18 de junio. Además se coordinó con el plantón de artistas que se presentaron en la manifestación, para que reprodujeran spot realizado por CONAREP con el tema de la Reforma a la Ley Electoral. La dificultad en este proceso fueron los tiempos pero se trabajó fines de semana y durante las noches

para cumplir con la agenda. En el plantón de artistas, tras haber recibido folletos y carteles, pedían en el escenario la Reforma a la Ley electoral.

La última actividad realizada durante las prácticas para CONAREP fue el manejo de comunicación del foro titulado “Democracia a pesar de la crisis, una apuesta a la Ley Electoral y de Partidos Políticos”, en la cual se coordinó el diseño e impresión de Roll Up y Back de CONAREP, se coordinó conferencia de prensa, y se gestionaron entrevistas para los panelistas invitados: Frank Larue - DEMOS, Jorge Nieto Montesinos – UNESCO, Catalina Soberanis – Coordinadora de la Unidad de Análisis Estratégico en Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, Fabian Hernández- Misión de Observación Electoral Colombia, MOE, Guilherme Canela - Consejero de UNESCO para la comunicación en América Latina, Allan García - Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, OACNUDH México. Se brindó atención a los medios durante toda la actividad.

Una de las dificultades fue que a última hora, los directivos de DEMOS solicitaron una entrevista en Guatevisión para el señor Jorge Nieto Montesinos. La gestión fue exitosa y se logró una entrevista en el horario estelar de Guatevisión, el noticiero de las 9 pm. Se brindó acompañamiento al Señor Montesinos.

Expertos internacionales participarán en seminario - taller “Democracia a pesar de la crisis...una apuesta a la Reforma de la LEPP” en Guatemala
[Ref. Convocatoria a medios 073- 2015]
Conferencia de prensa.

El seminario - taller “Democracia a pesar de la crisis” una apuesta a la Ley Electoral y de Partidos Políticos (LEPP), organizado por la Convergencia Nacional para la Reforma Política -CONAREP-, reúne a expertos nacionales e internacionales para dar luces a la crisis institucional y política en la que está inmerso el país actualmente.

Entre los temas a abordar se encuentran:

Factores que deterioran los sistemas democráticos en América Latina: impunidad, corrupción y concentración de medios de comunicación;

Los sistemas electorales como mecanismos de solución de crisis; libertad de expresión y democracia participativa, la contribución de la Sociedad Civil en la consolidación de la democracia.

“Este momento debe ser la oportunidad para fortalecer la participación democrática y a las instituciones del estado”, puntualizó Anabella Rivera, directora del Instituto DEMOS, parte de la CONAREP. Por esto la CONAREP convoca a una conferencia de prensa este martes 21 de julio para extender los temas a tratar durante la actividad.

Participantes

- Frank LaRue - Ex Relator de Naciones Unidas para la Libertad de Expresión, Director de Derechos Humanos para Europa del Centro Robert Kennedy
- Jorge Nieto Montesinos – UNESCO
- Catalina Soberanis – Coordinadora de la Unidad de Análisis Estratégico en Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD
- Fabián Hernández- Misión de Observación Electoral Colombia, MOE
- Guilherme Canela - Consejero de UNESCO para la comunicación en América Latina
- Allan García - Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, OACNUDH México

Lugar: Hotel Hilton Garden Inn (Ex Princess) (13 calle 7-65 zona 9, Guatemala)

Fecha: martes 21 de julio

Hora: 08:00 horas

Para más información o gestión de entrevistas:
Equipo de Relaciones Públicas: Isabela Carranza Alvarez (cel. 40108759)

Imagen 7: Convocatoria a medios al taller “Democracia a pesar de la crisis”

5.1.2 Comunicación para Mirador Electoral

Como parte del Mirador Electoral, DEMOS realizó el Primer y Segundo Encuentro Nacional de Observadores, el cual forma a más de 400 voluntarios de toda Guatemala, para poder cumplir con su función de Observadores y velar por que los comicios electorales se desarrollaran con transparencia e inclusión. Desde el primer encuentro se realizó labor de Relaciones Públicas brindándole atención a los medios de comunicación desde el primer día del Encuentro en la juramentación de los observadores en el Tribunal Supremo Electoral. Se apoyó a los medios indicándoles y coordinando quien les podía brindar declaraciones. Además, se elaboró una base de datos con todos los medios que asistieron. Al monitorear la noticia se encontró con la problemática que un medio había escrito una noticia de los simpatizantes del partido político Líder utilizando una fotografía de los observadores. Gracias a la iniciativa de recolectar los datos de los periodistas que asistieron, se pudo contactar al periodista que utilizó la fotografía y se le pidió que corrigiera la información. En cuestión de minutos se arregló una situación que pudo haber sido perjudicial para la Organización. Como parte de la labor de Relaciones Públicas también se envió un comunicado sobre la actividad y se monitoreó el impacto que la misma tuvo en los medios de comunicación.

"Somos tus ojos Guatemala"

1er Encuentro Nacional de Observadores

Guatemala 07 de junio 2015. Capacitar a aproximadamente quinientas personas voluntarias de 52 municipios para la observación permanente del proceso electoral como miembros del Mirador Electoral, fue el objetivo principal del 1er Encuentro Nacional de Observadores, que se realizó desde el día viernes 05 a domingo 07 de junio, organizado por el Instituto Centroamericano de Estudios para la Democracia –DEMOS–.

Anabella Rivera, Directora ejecutiva de Demos, comentó que la actividad buscó desarrollar con los y las participantes los fundamentos del voluntariado ciudadano como una contribución al fortalecimiento democrático del país e integrar una red dinámica que ofrezca respaldo y seguridad para el ejercicio de la observación electoral continua.

El encuentro inició el viernes en el Tribunal Supremo Electoral –TSE- en dónde los jóvenes voluntarios se juramentaron como observadores del proceso electoral. Luego, marcharon hacia el congreso gritando la consigna "Reforma Electoral, urgencia nacional", para después dirigirse al Centro de Convenciones de Ciudad Vieja, Sacatepéquez en donde se desarrollaron el resto de las actividades.

Como parte de las actividades se desarrolló un conversatorio en donde se abordó el tema del desarrollo de la democracia en Guatemala y los distintos momentos históricos del país, en el cual, el ex presidente Vinicio Cerezo dijo a los jóvenes: *"Si los jóvenes tienen un sueño, deben ser capaces de organizarse y lograr esos cambios que quieren pues son el motor del cambio."*

En el marco del encuentro, se realizó también un taller de periodismo comunitario como herramienta de incidencia política para fortalecer las capacidades de comunicadores sociales de distintos municipios y así generar espacios de comunicación del proceso electoral desde la perspectiva de los jóvenes.

Un joven voluntario para observador electoral, comentó *"Somos jóvenes comprometidos con el pueblo de Guatemala, conscientes de la realidad nacional y de la necesidad de un cambio estructural en el sistema jurídico, político e ideológico. Lo que nos insta a actuar y exigir justicia, transparencia y sobretodo democracia. Por esta razón como observadores nos comprometemos con Guatemala a velar por que los comicios electorales se desarrollen con claridad, equidad e inclusión social"*.

Anabela Rivera finalizó el evento con palabras de agradecimiento y despedida hacia los jóvenes observadores y comentó *"Todos venimos aquí a recuperar el país"*. Así mismo, agregó que el segundo Encuentro Nacional de Observadores se realizará en agosto para continuar con la formación y desarrollar las competencias en el manejo de los instrumentos para la observación y la elaboración de los reportes periódicos sobre la situación del proceso electoral en sus municipios.

Imagen 8: Comunicado de prensa Primer Encuentro Nacional de Observadores

En el Primer Encuentro Nacional de Observadores, también se estuvo a cargo de coordinar un concurso de comunicación dirigido a los comunicadores del Encuentro. El certamen se dividió en cuatro categorías: foto reportaje, crónica, meme, video, y campaña de expectativa. Para cada categoría se elaboraron bases para el concurso y se acompañó a los comunicadores durante el encuentro para asesorarlos y solventar dudas. También se montó una sala de prensa en la cual los comunicadores podían descargar datos y utilizar internet. Se recibieron trabajos una semana después del encuentro, los cuales junto con los Directivos de DEMOS se evaluaron y se premiaron en el Segundo Encuentro de Observadores. La experiencia fue una oportunidad de brindar asesoría como experta en comunicación.



Imagen 9: fotografía por Jorge Barrientos para el concurso de foto del Encuentro

Al finalizar el primer encuentro, la directora ejecutiva de DEMOS, Anabella Rivera, solicitó gestionar una conferencia de prensa para presentar al equipo político asesor de DEMOS. Por la experiencia acumulada en relacionamiento con medios y un breve sondeo entre reporteros, se determinó que la conferencia de prensa no era conveniente pues no tenía contenido noticioso para los medios. Se le sugirió a la directora ejecutiva que lo más conveniente era esperar a alguna actividad noticiosa, por lo que se canceló la conferencia de prensa.

Durante el Segundo Encuentro Nacional de Observadores, se apoyó con el trabajo de logística y coordinación. Desde el departamento de comunicación se diseñaron e imprimieron los gafetes de los comunicadores, esto presentó dificultad debido a la falta de experiencia en diseño, pero se logró crear un gafete sencillo y funcional. Además se brindó atención a medios, se elaboró comunicado y se enviaron fotografías. Parte de los logros fue ver que los medios de comunicación utilizaron el comunicado, e incluso una agencia internacional, lo tomó casi literal, lo cual es un gran logro para un Relacionista Público.



Imagen 10: Noticia Segundo Encuentro Nacional de Observadores



Observadores Electorales se capacitan para el día "D"

Aproximadamente 400 jóvenes fortalecen sus habilidades como observadores electorales para el "día D", en el marco del 2º. Encuentro Nacional de Observadores que realiza el Instituto Demos como organización miembro del Mirador Electoral 2015. Además promueve la participación organizada juvenil y la nueva ciudadanía desde la perspectiva de los valores democráticos y de Derechos Humanos.

El encuentro contribuye a la formación de una nueva generación de jóvenes que progresivamente asumen la construcción y consolidación de la democracia y el fortalecimiento del Estado guatemalteco desde el ejercicio de una ciudadanía responsable.

El 2º. Encuentro Nacional de Observadores inicia el domingo 16 de agosto tendrá como sede el Instituto Santiago en el Km. 15 de la calzada Roosevelt y abrirá con un análisis de las/los jóvenes sobre la situación electoral en los departamentos del país, también se realizará un foro titulado "Aportes de la Juventud a una Prospectiva Política Nacional" en el cual participarán Samuel Pérez, economista; Karina García-Ruano, consultora en comunicación política; Andrea Ixchu, comunicadora comunitaria y Juan Pablo Romero, fundador del movimiento juvenil "Los Patojos".

Durante las actividades del 2do. Encuentro las y los observadores estarán acompañados de un grupo de comunicadores sociales que estarán trasladando la información a los diferentes medios de comunicación social y comunitarios.

Aprovechando la actividad de formación e intercambio de experiencia que permite el 2º. Encuentro, las/los jóvenes asistirán al VI Foro Regional Esquipulas, para participar en la presentación de los planes de gobierno de los candidatos presidenciables y en el conversatorio "Empleo para los jóvenes". Para fortalecer sus capacidades como observadores electorales asistirán a la conferencia magistral "Imperativos morales del ser humano ante la política y la economía en la globalización" impartida por el Ex presidente de Uruguay y actual Senador, José (Pepe) Mujica.

Anabella Rivera, Directora del Instituto Demos, comentó que este encuentro se suma al esfuerzo de capacitación política permanente, que realiza la institución para fortalecer las competencias en el manejo de los instrumentos para la observación y la elaboración de los reportes periódicos sobre la situación del proceso electoral en sus municipios y así velar porque los comicios electorales se desarrollen con el debido respeto a los Derechos Humanos, transparencia, equidad e inclusión social.

Guatemala, 13 de agosto 2015

Imagen 11: Comunicado Segundo encuentro Nacional de Observadores

Como parte del segundo encuentro, los jóvenes voluntarios asistieron al VI Foro Regional Esquipulas, en el cual se fungió como relacionista pública a cargo de los comunicadores comunitarios, por lo que se acreditó a los 47 comunicadores como prensa en el evento, y se coordinaron entrevistas con las figuras relevantes del encuentro. Se apoyó a los comunicadores para concretar entrevistas con Olinda Salguero, Directora de Fundación Esquipulas, entre otros personajes relevantes del evento. Además se coordinó el ingreso y participación de los comunicadores a la conferencia de prensa impartida por el ex presidente de Uruguay y actual senador, José Mujica. Para preparar a los jóvenes para el evento se organizó el primer día del encuentro una conferencia de prensa, en la cual se les impartió un comunicado del VI Foro Regional Esquipulas, una lista de los protagonistas del FRE VI y los momentos clave del mismo.



Imagen 12: Segundo Encuentro Nacional de Observadores

5.1.3 Participación en los talleres de comunicación para la incidencia dirigidos a jóvenes comunicadores comunitarios

La organización, como parte de la Coalición Centroamericana de Prevención de Violencia, CCPVJ, y con el apoyo de la Unión Europea, se realizan talleres de comunicación dirigidos a más de 40 jóvenes comunicadores comunitarios de Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua. En dichos talleres se forma a los jóvenes comunicadores comunitarios con herramientas para poder incidir desde sus organizaciones y localidades. Además de elaborar el boletín para dicha actividad, se apoyó con documentación de la misma, y apoyo en la planificación y desarrollo de la agenda.



Imagen 13: Gafete de taller de comunicaciones

El segundo taller de la CCPVJ se desarrolló en El Salvador. Este taller se enfocó en brindar formación a los jóvenes comunicadores para incidir a través de las herramientas tecnológicas. Se brindó apoyo a los facilitadores en las capacitaciones sobre edición de audio, de video, redacción de entrevista y de la crónica. Se

acompañó a los comunicadores en su trabajo de campo, se documentó todo el taller fotográficamente y se subió la información en redes sociales. Además se elaboró boletín sobre actividad para la página y redes de la coalición.



Imagen 14: Clase de edición en taller de comunicación



Comunicación como herramienta para prevención de violencia

La Coalición Centroamericana de Prevención de Violencia –CCPVJ– es una plataforma regional constituida por organizaciones de la sociedad civil que trabajan en la prevención de la violencia juvenil, con capacidades de incidir y auditar directamente las políticas y planes nacionales y regionales.

La CPPVJ está conformada por 26 Organizaciones centroamericanas miembros de la sociedad Civil. Como parte de esta red, El Instituto Centroamericano de Estudios para la Democracia Social –Demos–, impartirá en San Juan del Obispo Guatemala este 29, 30 y 31 de mayo un taller enfocado en Planificación en procesos comunicacionales para la prevención de la violencia e incidencia política y el uso de las Tecnologías de la información y la comunicación (TICS) dirigido a 40 jóvenes de Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua.

Uno de los objetivos del taller es compartir herramientas teóricas y metodológicas para desarrollar procesos de comunicación para la incidencia política y la prevención de la violencia. Un segundo objetivo es compartir y socializar las experiencias del uso de las TIC'S en proceso de incidencia y prevención de la violencia.

De acuerdo con Wilfredo González, coordinador nacional del proyecto de CCPVJ la importancia de estos talleres es *“la necesidad que la misma juventud visibilice el tema de prevención de violencia y lo ponga en agenda de discusión en sus comunidades.”*

Cristina Quiros, encargada del colectivo de mujeres “Alas y Raíces” de la Organización Los Patojos, mencionó que *“el taller fomenta espacios para establecer relación con otras organizaciones de jóvenes, que nos ayuda a tejer redes comunes y así apoyamos y aportar para que lo que hacemos como organización tenga un sustento.”*

Anabella Rivera, directora de Demos mencionó que éste taller es el primero de más que se llevarán a cabo durante el 2015 en el marco del proyecto de la Coalición Centroamericana de Prevención de violencia.

Imagen 15: Boletín para el primer taller CCPVJ

La Organización, junto con el apoyo de la Embajada de Suiza, realiza también talleres de comunicación para la incidencia política, dirigidos a jóvenes comunicadores comunitarios de las áreas rurales de Guatemala. Durante las prácticas se acompañó a los jóvenes en su proceso de formación, se apoyó en los talleres con los aspectos técnicos de montaje de sala de prensa, actividades rompe hielos y asesoría para selección de nombre del grupo de comunicadores el cual se definió como “No Me Callo” y apoyo en planificación de deberes y tareas a realizar.

Para la presentación en México, que realizó Anabella Rivera, Directora del Instituto Demos, del trabajo de formación e incidencia que la organización realiza con los jóvenes comunicadores, se elaboró una presentación que mostraba el trabajo e impacto de los talleres de comunicación. La dificultad en este caso fue recopilar información sobre los talleres que se realizaron desde el año 2,000, pero con la colaboración del equipo, se logró elaborar una presentación que cumpliera con los objetivos de los directivos.



Imagen 16: Presentación sobre el trabajo de comunicación realizado en DEMOS

5.1.4 Coordinación de comunicación para el Centro de Observación, Información y Análisis Electoral 2015

Como se ha mencionado anteriormente, Demos realiza Observación Electoral, para velar que los comicios electorales se desarrollen con transparencia e inclusión. Uno de los objetivos de la Organización, fue visibilizar esta labor. Para esto, se desarrolló una estrategia de Comunicación para el Centro de Observación, Información y Análisis Electoral 2015.

Al estar a cargo de la comunicación de este servicio, se coordinó el diseño del logo de este servicio, se reacomodaron las instalaciones para crear un centro de acopio de información, se coordinó con el técnico en comunicación para hacer transmisión en vivo vía *livestream* y se definieron los invitados para analizar la información recopilada por DEMOS en 52 municipios de Guatemala.



Imagen 17: Livestream de Servicio de Observación, Información y Análisis Electoral

Se informó a los medios sobre el servicio que brindaría DEMOS y se gestionaron entrevistas para el Sr. La Rue en los medios más importantes, como Guatevisión,

Canal Antigua, Soy 502, y EFE, se brindó acompañamiento en cada una de las entrevistas y se realizó un monitoreo del impacto en medios.



Imagen 18: Entrevista en Canal Antigua con Frank La Rue



Imagen 19: Equipo de Observatorio Electoral Demos

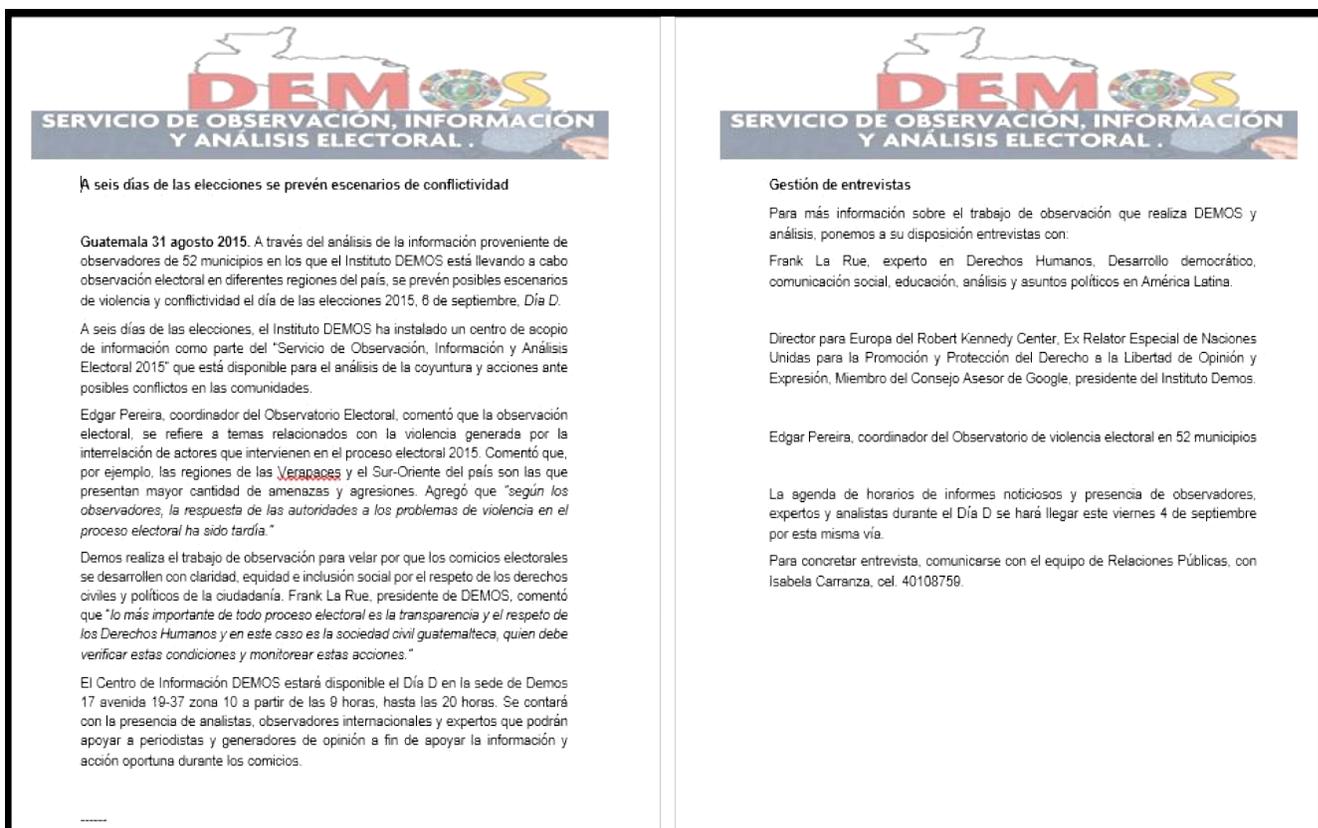


Imagen 20: Comunicado servicio de Observación e Información DEMOS

La redacción de comunicados jugó un rol importante, ya que se debía evidenciar la diferenciación de DEMOS y posicionar a la organización como fuente de información durante el día D.

Se recibieron capacitaciones sobre los posibles escenarios políticos, y se generaron comunicados para lograr incursionar en la agenda de los medios teniendo un resultado exitoso. Lo más relevante fue poder crear contenido noticioso de la información obtenida y lograr generar un impacto tan grande en los medios, incluso varios medios utilizaron los comunicados literales. Para poder concluir con esta labor, se continuó una semana más, al haber finalizado las prácticas.

5.1.5 Apoyo de Relaciones Públicas en eventos de DEMOS y aliados Estratégicos

Una gran ventaja de las prácticas realizadas fue poder asistir a los eventos a los cuales DEMOS forma parte por sus alianzas estratégicas. El primero fue un desayuno con los directores de los medios de comunicación y el relator de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas, Edison Lanza, en la cual se estableció un diálogo y se escuchó el análisis de Gustavo Berganza, Juan Luis Font, entre otros periodistas latinoamericanos, con los que se discutió el tema de libertad de expresión en la región y se llegó a la conclusión que un problema para la región es el monopolio mediático el cual violenta la libertad de expresión. Dicho evento fue seguido por un seminario de Mecanismos de Protección a periodistas, en el cual como parte de las prácticas se atendió a los medios y se sistematizaron las exposiciones.

Se documentó fotográficamente el taller de formación sobre Justicia y Prácticas restaurativas, organizado por DEMOS con el apoyo de la Coalición Centroamericana de Prevención de Violencia, CCPVJ.

En el evento “Avances y Desafíos de las Leyes Anticorrupción” organizado por Fundación Esquipulas, con el apoyo de DEMOS, se realizó convocatoria y atención de medios, además se brindó acompañamiento al famoso jurista Español Baltasar Garzón durante sus entrevistas. El Juez Garzón es reconocido mundialmente por el caso de Julian Aassange y también por el caso del ex presidente chileno Augusto Pinochet.

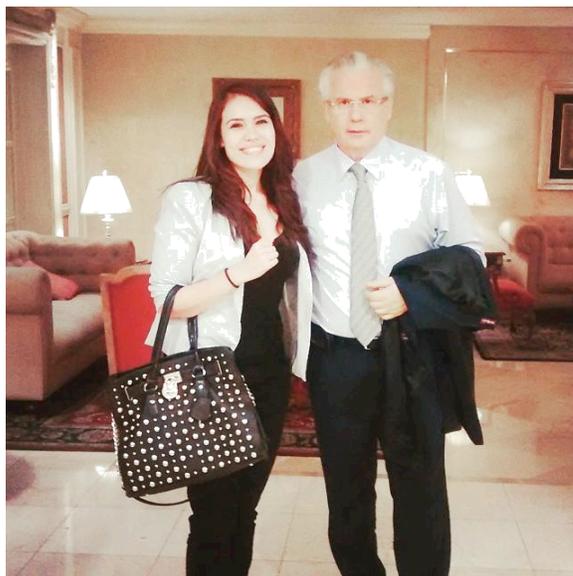


Imagen 21: Acompañamiento a entrevistas al Dr. Baltazar Garzón

5.1.2 Percances atravesados y explicación de las soluciones

Los percances atravesados durante el proyecto de comunicación de CONAREP, fueron la coordinación de los materiales impresos para la campaña. No se contaba con el conocimiento de las dimensiones, de los materiales más adecuados y de los costos. Se solucionó gracias a la asesoría de la ejecutiva de ventas de la imprenta, quien se apegó a los lapsos cortos y se tomó el tiempo para la asesoría que se requirió.

Otro de los percances atravesados fue la coordinación interna entre los miembros de CONAREP, dado que está compuesta por trece organizaciones, existieron algunos malos entendidos, como por ejemplo, quien asistiría a las entrevistas. Para solucionar la brecha de comunicación, se propusieron reuniones internas con un representante de cada organización para llegar a acuerdos comunes.

En el proyecto del Mirador Electoral, se presentó el problema de un medio que publicó una noticia del partido político LIDER, con una fotografía de los observadores electorales. Gracias a la base de datos de los medios que asistieron a la actividad, que se recolectó como iniciativa de la practicante, se logró llamar a la periodista y solicitarle que removiera la foto.

Una dificultad que se atravesó dentro del proyecto del Mirador Electoral, fue el diseño de un gafete para los comunicadores. Se logró solucionar elaborando un

diseño sencillo pero funcional, a pesar que no se contaba con programas con diseño, se elaboró en Word y lograron los resultados esperados.

El último desafío que se encontró en prácticas, fue lograr cobertura mediática sobre DEMOS en el marco del Servicio de Observación, Información y Análisis 2015, debido a la abundancia de información y de fuentes sobre las elecciones, además de la gran cantidad de acontecimientos noticiosos durante la cobertura. Se solucionó elaborando contenido noticioso, que capturó la atención de los medios y se logró una gran cobertura mediática.

VI. REFLEXIÓN DE PRÁCTICAS

Al inicio de las prácticas se tenía la percepción que las mismas eran únicamente un requisito más para poder graduarse, y que no eran importantes en la formación profesional puesto que ya se contaba con experiencia laboral. Sin embargo, durante las prácticas ese concepto cambió ya que se adquirieron conocimientos nuevos enfocados en el ámbito de interés profesional. En el proceso de prácticas se experimentaron diversas actividades que fortalecieron las capacidades de comunicadora de la practicante.

Siendo DEMOS una Organización cuyo objetivo principal es el fortalecimiento del estado democrático de derecho mediante el impulso de programas de investigación, capacitación e incidencia en temas de derechos humanos, libertad de opinión y expresión, seguridad, justicia, participación ciudadana responsable y transparencia en la gestión pública, la formación de valores que se imparte en la Universidad Rafael Landívar fue muy útil y provechosa para el trabajo de prácticas. Desde que se empezaron las prácticas una de las ventajas adquiridas en la universidad, fue el conocimiento de la realidad del país. En clases del pensum como Estado, Democracia y Ciudadanía, se abordaron temas de inclusión, genuina democracia, derechos humanos y libertad de Opinión. Fue de gran valor convivir con diferentes culturas del país, de diferentes departamentos y etnias con las cuales no se había tenido un acercamiento profesional.

El conocimiento principal adquirido en el curso de Estado, Democracia y Ciudadanía fue el verdadero significado de democratización, refiriéndose según Mazzuca (2004) al fortalecimiento o estabilización de las instituciones democráticas instaladas en el país. Esto se adecúa al quehacer de DEMOS en diversos proyectos que realiza en Guatemala. Estar en una organización que realiza tal labor, aporta valor al comunicador, pues le brinda la oportunidad de servir a la sociedad y fortalecer las instituciones a través del trabajo de comunicación.

- a. Trabajo de comunicación ejecutado para la Convergencia Nacional para la Reforma Política –CONAREP-.

Dentro del trabajo de prácticas realizadas en la ONG, se enfatizaron cinco proyectos. El primer proyecto fue el de comunicación para la Convergencia Nacional para la Reforma Política, (CONAREP). Para dicho proyecto se elaboró junto al equipo de comunicación, una estrategia para posicionar la urgencia de una reforma electoral. Gracias a la clase de Comunicación Política, se sabe que dicha comunicación abarca más que el proceso electoral –a pesar que sí se realizó comunicación dentro del proceso electoral-, pero en el proyecto de CONAREP, como indica Canel (2006) la comunicación se basó en lograr incidencia a través de grupos de presión. La estrategia abordó medios de comunicación, presencia virtual, presencia y entrega de materiales en momentos clave, y discusión del tema entre actores clave.

Un factor de suma importancia dentro de la estrategia, fueron los medios de comunicación, ya que como indica el autor, los medios de comunicación funcionan también como agentes políticos y grupos de presión. Dentro de la estrategia ejecutada se lograron gestionar entrevistas a profundidad, se posicionó a CONAREP como fuente de información de la coyuntura política, y se logró posicionar el tema central de la estrategia en la agenda de los medios a través de cobertura noticiosa.

Para esta labor fue fundamental la preparación en el ámbito de las Relaciones Públicas que la Universidad Rafael Landívar brindó a sus estudiantes. Durante todo el proceso el relacionamiento con los medios fue un elemento principal para lograr incursionar a la agenda mediática. En los cursos Teoría de comunicación I, Teoría de comunicación II, y Relaciones públicas, se enfatizó en la teoría del establecimiento de la agenda o *agenda setting* la cual indica que a través de los medios de comunicación se contribuye a formar opinión pública.

Para lograr incursionar en la agenda mediática se necesitan poner en práctica las habilidades aprendidas en el curso de Relaciones Públicas. Sin embargo, durante el curso el libro principal es enfocado a la teoría, por lo que el aprender las mejores formas de relacionamiento con los medios se logró con la práctica. En clases no se abordó el tema de relación con los medios, por lo que como referencia, se utilizó otro libro que no está en programa del curso de Relaciones Públicas, titulado *Free Publicity* del autor Estadounidense, Criley, en el cual se encuentran consejos básicos de relacionamiento mediático.

Según Criley (2003) un factor clave para lograr ser publicado en los medios es el tiempo. El Relacionista público indica que en los días lentos de noticias es más probable lograr publicaciones. Esto se pudo comprobar en las conferencias de prensa realizadas en CONAREP, en las cuales por ser día domingo, se logró una amplia cobertura periodística con catorce medios de comunicación. Previo a esta actividad, se tenía la hipótesis que los fines de semana eran un mal día para conferencias de prensa, sin embargo la experiencia de prácticas comprobó lo contrario. A partir de esto, todas las conferencias de prensa se continuaron haciendo los días domingos por ser días lentos para los periodistas.

Otra de las sugerencias de Criley (2003) es que para poder incursionar en las noticias, es necesario generar noticias con impacto, es decir crear de un evento ordinario algo extraordinario para poder lograr así captar la atención de los medios. Esto se puso en práctica en la segunda conferencia de prensa realizada para CONAREP, en la cual se convocaron a otras organizaciones de la sociedad civil, y el titular para la convocatoria fue “Cohesión de la sociedad civil es inédita”. Se logró hacer de algo ordinario, como la petición de la Reforma a la ley electoral y de partidos políticos, algo extraordinario. Gracias al contenido noticioso generado por la practicante, el titular se trasladó a los titulares de los medios de comunicación.

Para lograr realizar el trabajo de Relaciones Públicas y de comunicación con excelencia, se necesita comprender los objetivos de la organización y definir estrategia y tácticas que ayudarán a alcanzarlos. Para alcanzar los objetivos de CONAREP, se elaboró una estrategia denominada “Resonancia”, la cual consistió

en unir grupos de la sociedad civil para descubrir puntos en común, y así tener resonancia en las peticiones. Se encontró que el punto en común que tenían eran: Exigir al congreso la aprobación de la propuesta del Tribunal Supremo Electoral 4974 sobre las Reformas a la Ley Electoral y de Partidos Políticos. Con base a eso, se definieron los hashtags a utilizarse en las manifestaciones: #TSE4974, CCteExigimos #ReformaElectoralYa #UrgenciaNacional.

A lo largo de las prácticas, como indica Criley, se fomentó la relación con los medios de comunicación y se logró establecer una relación a largo plazo en la cual los medios buscan al relacionista público como fuente de información. Fue un logro personal el posicionarse ante los medios de comunicación como relacionista pública en los temas de comunicación política. Para fortalecer el relacionamiento con los medios se ha buscado facilitarles su labor, brindarles información certera, responder con rapidez y agradecerles su cobertura.

Cuando hay un evento coyuntural muy grande, es difícil incursionar en la agenda de los medios, sin embargo, Criley sugiere utilizar la coyuntura para lograr cobertura. Esto se logró comprobar el día en el cual la noticia principal era el antejuicio al diputado Baudilio Hichos. Los medios se enfocaron en esa noticia, por esa razón se envió un comunicado por parte de CONAREP emitiendo su postura ante el hecho coyuntural. Se logró mención en dos de los medios de comunicación más importantes (El Periódico y Prensa Libre).

De acuerdo a lo aprendido en el curso de Comunicación Política, Ochoa (2,000) indica que los géneros y formatos de los mensajes políticos puede ser a través de peticiones, las quejas, los boletines de prensa, el *cartoon* político, el teatro político, el editorial, la columna periodística, la entrevista política, la conferencia, el debate, el cartel, el spot de radio, los mensajes de televisión, las páginas electrónicas, los panfletos, los manifiestos, canciones, rimas y consignas, entre otros. Para el proyecto de CONAREP se utilizó la petición, ya que el mensaje principal fue la sociedad civil pidiendo que se reconozca como Urgencia Nacional la Reforma a la Ley Electoral. Se utilizaron además columnas periodísticas, escritas en Prensa Libre por el Señor Frank Larue, presidente de DEMOS, entrevistas periodísticas que

se lograron gracias a la gestión de la practicante, conferencias impartidas por expertos en el Taller “Democracia a pesar de la Crisis”, spot de radios producidos por el equipo de comunicación, manifiestos y consignas.

Una de las dificultades principales dentro de la labor de prácticas en el proyecto de CONAREP, fue el poco conocimiento sobre los materiales de impresión. Fue difícil coordinar tamaños, materiales, tiempos y mediar entre el diseñador y la imprenta. No se había tenido antes un acercamiento a esta área y se desconocían las diferencias de papeles, precios, texturas y tiempos de impresión. El problema se resolvió con la asesoría de la ejecutiva de imprenta quien brindó las opciones y las recomendaciones adecuadas para los materiales que se necesitaban, sin embargo la falta de experiencia repercutió en la rapidez y agilidad de toma de decisiones.

Para capitalizar la estrategia se organizó el foro denominado “Democracia a pesar de la crisis... Una apuesta a la Reforma de la Ley Electoral y de Partidos Políticos” en la cual se organizó la convocatoria a medios y la gestión de entrevistas con expositores internacionales. Además de la conferencia de prensa, se brindó atención a medios y se evidenció la buena relación que se formó durante todo el proceso de prácticas. Los directivos solicitaron de urgencia una entrevista en Guatevisión, y debido a las relaciones que se formaron, se logró ese mismo día gestionar una entrevista en el horario estelar de Guatevisión a las 9 pm.

El objetivo principal del proyecto con CONAREP era incidir en la opinión pública. Esto se logró ya que las personas evolucionaron con sus peticiones y pasaron de pedir la renuncia del presidente a pedir la Reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos. También se evidenció que el mensaje llegó a los líderes de opinión, ya que en la segunda manifestación en la cual se ejecutó la segunda parte de la estrategia, el cantante del famoso grupo Alux Nahual, repitió la consigna “Reforma Electoral Urgencia Nacional”, posicionado gracias a la estrategia de comunicación. Por otra parte, se comprobó la efectividad de las reuniones que se sostuvieron con líderes internacionales como Valerie Julliard, y líderes nacionales como Catalina Soberanis, ambas de Naciones Unidas. Debido a las reuniones, el mensaje de la

Reforma LEPP, llegó a la agenda política y hoy se puede ver el resultado con la misma en proceso de aprobación.

Una de las fortalezas principales adquiridas en el proceso de prácticas, fue la oportunidad de relacionarse con referentes de la política en Guatemala. Fue una gran experiencia poder estar en la misma mesa que las directivas de la ONU, compartiendo opiniones y aprendiendo de expertas. Durante todo el proceso de prácticas se compartió con expertos y analistas políticos nacionales e internacionales.

b. Comunicación para Mirador Electoral

Un segundo proyecto realizado durante el proceso de prácticas, fue el de la ejecución de comunicación para DEMOS en el marco del Mirador Electoral. Dicho labor consistió en estar a cargo de las Relaciones Públicas para visibilizar el trabajo de formación que el instituto realizó con más de 400 jóvenes comunicadores comunitarios de todo el país. Durante el primer encuentro de Observadores Nacionales, se brindó atención a los medios de comunicación y se tuvo la iniciativa de recaudar los datos de todos los medios que asistieron para poder fomentar la relación como sugiere Crilley. Se evidenció la necesidad de monitorear las noticias, ya que se encontró con un medio que publicó la actividad con un error y la vinculó con el partido político Líder. El error se logró corregir gracias a que ya se contaba con la información y datos del periodista que cubrió la nota y se logró una gestión rápida y exitosa.

Según Wilcox y Cameron (2006) las Organizaciones Sociales utilizan las Relaciones Públicas para que el público conozca el propósito y las actividades de la organización. Para esto es importante conocer el público para poder captar su atención y que el mensaje sea difundido y tenga incidencia social además de obtener fondos de donantes. En el trabajo de prácticas, se logró visibilizar ante los grupos objetivos el trabajo de capacitación y fortalecimiento de capacidades de los observadores electorales. Se lograron menciones en medios grandes como El Periódico, Siglo 21, Canal Antigua, EFE, Fox News, entre otros.

Uno de los mayores retos como relacionista pública, es poder romper la brecha de comunicación que existe entre lo que la organización dice y lo que los medios publican. Cuando un medio de comunicación publica un comunicado tal y como lo envía el relacionista público, es un gran logro para la institución. Para alcanzar esto, el comunicado debe ser verídico, noticioso y con información de impacto. Esto se logró en un medio internacional, como es Fox News, por lo que repercutió en la agenda de muchos otros medios de comunicación.

En el proyecto del mirador electoral, fue muy importante el trabajo en equipo ya que para lograr coordinar la comunicación con las otras organizaciones del Mirador Electoral, debe haber primero una comunicación interna efectiva. Para lograr esto se sostuvieron reuniones semanales con todo el equipo de DEMOS para definir responsables e indicar avances en las actividades. El trabajo de comunicación en esta estuvo a cargo de únicamente dos personas, lo cual es poco para todas las tareas que requiere una comunicación efectiva.

Una de las actividades que más sumó a la formación profesional, fue el poder participar como coordinadora de los comunicadores comunitarios en el VI Foro Regional Esquipulas en el marco del Segundo Encuentro Nacional de Observadores. Fue enriquecedor trabajar con 40 comunicadores de toda Guatemala, y poderles guiar en su rol de prensa. Para esto, se hizo uso de los conocimientos adquiridos en el curso de Relaciones Públicas y se les informó, por medio de una conferencia de prensa, cuál sería su rol en la actividad. Crilley, sugiere facilitarle el trabajo a los medios de comunicación, por lo que se les entregó un *press kit*, el cual incluía, los momentos claves del foro y una pequeña biografía de los protagonistas principales.

El momento cúspide del foro fue la oportunidad de poder coordinar la participación de los comunicadores de DEMOS en la conferencia de prensa impartida por el ex presidente de Uruguay, José Pepe Mujica. Debido a la limitación de tiempo, la

conferencia de prensa no tuvo el formato usual, si no que se decidió que por cada rama del periodismo (televisión, prensa, radio, agencias internacionales y medios comunitarios) se haría una pregunta. Los comunicadores comunitarios de DEMOS se coordinaron con otro medio de comunicación originario de Alta Verapaz, y se definió en conjunto la pregunta para el ex presidente Mujica. Fue muy enriquecedor ver cómo los medios que supuestamente compiten entre sí, se organizaron, trabajaron juntos y se coordinaron para poder aprovechar las preguntas y el tiempo con el ex presidente Mujica. Fue gratificante la relación que se formó con los comunicadores comunitarios y recibir las muestras de aprecio que brindaron por el trabajo que se realizó junto con ellos.

c. Participación en los talleres de comunicación para la incidencia dirigidos a jóvenes comunicadores comunitarios

Otro de los proyectos en los cuales se apoyó como experta en comunicación, fue el de los talleres dirigidos a jóvenes comunicadores comunitarios de Guatemala, Honduras, Salvador y Nicaragua. El objetivo de los talleres fue fortalecer los conocimientos de los jóvenes para lograr a través de la comunicación, incidir en sus localidades. Los talleres fortalecieron la idea que “comunicar es incidir” lo cual es necesario para poder transformar. El rol ejecutado en dicho proyecto fue el de documentar todos los talleres y alimentar las redes sociales de la institución para visibilizar el trabajo y esfuerzo de la ONG y de los jóvenes. Además se acompañó a los comunicadores durante su trabajo de campo brindándoles asesoría a quienes la requerían.

De acuerdo a lo que se aprendió en Lenguajes Web, Curtchis y García (2011), indican que el flujo de información a tener desde el departamento de Comunicación hacia el Social Media debería ser constante para que toda la información pueda alimentar las redes sociales. Durante la práctica se evidenció que en la organización no existen los departamentos por separado, sino que el departamento de comunicación estaba también a cargo del manejo de redes sociales. Esto facilitó el flujo de comunicación aunque aumentó la carga laboral, ya que además de la

documentación y alimentación de redes, se escribieron comunicados de prensa y boletines institucionales.

d. Coordinación de comunicación para el Centro de Observación, Información y Análisis Electoral 2015

Fue un logro ser nombrada coordinadora de comunicación del Centro de Observación, Información y Análisis Electoral 2015, ya que indicó que los directivos confiaron en la calidad del trabajo que se demostró a lo largo de las prácticas. Para crear la estrategia de comunicación de dicho proyecto, se tomó en cuenta la matriz aprendida en el curso de Opinión Pública que consiste en definir objetivos, estrategias, tácticas, medios, responsable, tiempos y presupuesto.

El objetivo principal de la estrategia fue fortalecer el posicionamiento de DEMOS como observador electoral. Para lograr darle visibilidad al trabajo de Observación en 52 municipios, se definió como estrategia lograr cobertura mediática ya que de acuerdo a Wilcox y Cameron (2006) una forma tradicional utilizada por los relacionistas públicos para llegar hasta los líderes de opinión y a otros públicos clave consiste en utilizar a los medios de comunicación social. Entre las tácticas se decidió utilizar comunicados, llamadas y líderes de opinión para atraer la atención de los medios de comunicación.

Otras Organizaciones y misiones internacionales realizaron también observación electoral, por lo que el reto fue lograr captar la atención de los medios con información de impacto. Para realizarlo, fue necesario involucrarse en todas las actividades del proyecto. Fue un gran aprendizaje poder estar presente en las reuniones de análisis coyuntural y de prospectiva política. Siendo la comunicación política la rama en la que se desea laborar, dichas oportunidades enriquecieron las capacidades críticas de la practicante.

Como se mencionó anteriormente, Criley (2003) sugiere que para que los medios brinden cobertura a una historia o evento, la historia debe tener información diferente y de impacto. Es por esto, que se pensó estratégicamente la información que podía atraer a los medios de comunicación. No era novedad que Demos realizara un observatorio electoral. A pesar de la fama y prestigio del director La Rue, tampoco era su presencia sola suficiente para atraer a los medios, ya que un mes anterior había brindado conferencias de prensa y entrevistas. En una de las reuniones de formación, se comentó que debido la situación coyuntural, posiblemente las elecciones iban a tener varios focos de conflictividad. Eso era información que los medios publicarían, por lo que se realizó un comunicado con el titular “A seis días de las elecciones se prevén escenarios de conflictividad”. El comunicado fue un éxito y se logró que varios medios utilizaran incluso ese titular. A partir de allí, solicitaron entrevistas con el Sr. La Rue y con el coordinador del Observatorio electoral.

Fue satisfactorio lograr entrevistas en los horarios estelares con Guatevisión y Canal Antigua. También entrevistas radiales con Emisoras Unidas y FGER, además de entrevistas con El Periódico, EFE y Soy 502. Como indica Criley (2003), es más fácil incursionar en la agenda de los medios en días de pocas noticias, o como él les llama, días lentos para periodistas. Sin embargo, no es imposible penetrar en la agenda mediática en días de muchas noticias. Se logró posicionar a DEMOS en medio de la coyuntura del país y eventos noticiosos como, el antejucio al ex presidente Otto Pérez Molina, el Paro Nacional del 27 de agosto, y la renuncia del presidente. Debido a esta coyuntura, para lograr seguir incursionando en la agenda mediática, se enviaron comunicados con la postura de la institución ante los eventos coyunturales del país, y a pesar que las noticias principales fueron los eventos, se lograron menciones de la institución como fuente de análisis y de información.

Es importante mencionar que además de visibilizar la labor de la organización a través de los medios de comunicación, también se hizo a través de redes sociales.

De acuerdo a Curtchis y García (2011) las acciones de comunicación digital y relaciones públicas se deben coordinar para lograr una máxima visibilidad. Dado a que ambas acciones estuvieron a cargo de la misma persona, se compartieron todas las entrevistas, notas y menciones obtenidas en las redes sociales, lo cual generó más *engagement* o interacción de los seguidores en redes a través de *likes* y comentarios en las redes. Sin embargo, no se contaba con la experiencia o el conocimiento del manejo de redes sociales con el carácter de una ONG, así que cada publicación tuvo que ser aprobada por los directivos de DEMOS. Se considera, que sería útil contar con la formación de manejo de redes sociales para diferentes organismos en el pensum de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

e. Apoyo de Relaciones Públicas en eventos de DEMOS y aliados Estratégicos

Por último es importante mencionar que gracias a las alianzas nacionales e internacionales de DEMOS, se tuvo la experiencia de convivir, y manejar la agenda mediática de personajes de la talla de Baltazar Garzón, reconocido jurista español y Eddison Lanza, Relator de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas. Fue complicado el manejo de las entrevistas ya que varios medios solicitaron entrevistas y por el corto tiempo que disponían los expertos, no se pudo brindar la oportunidad a todos. La situación se manejó con mucha delicadeza y cautela ya que como se ha mencionado anteriormente, es importante mantener buena relación con los medios de comunicación. En la Universidad no se abordó el tema de cómo solucionar estas problemáticas. Para darle solución a la situación se decidió acortar el tiempo de las entrevistas brindadas para incluir a la mayor cantidad de medios posibles, y con los que no se logró entrevista, se les concedió un corto tiempo para declaraciones a los medios en general.

El trabajo de prácticas realizado en DEMOS fue un trabajo exitoso tanto para la formación de comunicación de la practicante, como para el empleador. El objetivo general de visibilizar el trabajo que realiza la ONG, se cumplió dejando un gran aprendizaje a la autora como comunicadora, y como relacionista pública. El trabajo

fue satisfactorio para ambas partes, por lo que al finalizar las prácticas se inició una relación laboral.

Gracias a la formación universitaria de cinco años, se fortalecieron las competencias de conciencia social, buenas relaciones con compañeros, directivos y medios de comunicación, habilidad de síntesis y de redacción de boletines, comunicados y otros materiales, y sobre todo compromiso con mejorar el país a través del trabajo de una manera ética e integral.

Las prácticas profesionales supervisadas, superaron las expectativas de la practicante. Fueron el final de un ciclo de formación profesional. A través de las mismas se logró completar el perfil que la Universidad requiere del comunicador landivariano, en especial el contar con conocimiento de la realidad social pluricultural y multilingüe guatemalteca con el propósito de contribuir a cambios de actitudes en la sociedad guatemalteca.

VII. CONCLUSIONES

- A través del trabajo realizado en las prácticas, se concluye que es de fundamental importancia para las Organizaciones No Gubernamentales visibilizar a través del departamento de comunicación y de relaciones públicas, las actividades y el trabajo que la organización realiza. Estas acciones ayudarán a la ONG a posicionarse ante su público objetivo (cooperación internacional y donantes) para facilitar así el financiamiento de proyectos que ayudan al quehacer y a los objetivos de la misma. Es importante manejar la comunicación estratégicamente para que la labor de cada unidad de la entidad pueda ser visibilizada hacia los públicos externos.
- Dentro del ámbito profesional, es importante poder adaptarse a los cambios y ser flexibles ante las modificaciones que la coyuntura lleva a hacer. En el caso de DEMOS, al ser una organización cuyo objetivo primordial es promover el fortalecimiento del estado democrático, se priorizaron los proyectos de la Reforma Política y la Observación Electoral ante proyectos que se tenían programados, pero podían ser ejecutados posteriormente. La flexibilidad, capacidad de adaptación y el saber priorizar, es fundamental para ser un profesional efectivo.
- Además de posicionarse ante la cooperación internacional y posibles donantes, el trabajo de visibilidad que se logró a través de las relaciones públicas, también ayudó a formar la opinión de las y los ciudadanos, incorporando los temas de interés de la organización como la Reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos (LEPP) y la necesidad de transparentar las elecciones. Esto se logró gracias a la teoría de *Agenda Setting* la cual indica que los temas priorizados por los medios de comunicación, son también priorizados por la sociedad civil.

- Es necesario mantener y fomentar una buena relación con los medios de comunicación para que los mismos brinden apoyo en cobertura y entrevistas que ayuden a la organización a alcanzar sus objetivos. Para fomentar una buena relación, es necesario facilitarle el trabajo a los periodistas. Esto se logra brindándoles información verídica, actuando con inmediatez cuando solicitan información o entrevistas y agradeciendo la cobertura. Sí se logra esto, los mismos medios buscan al relacionista público como fuente de información.
- La experiencia de prácticas es una gran parte de la formación de los estudiantes de ciencias de la comunicación. Se permite comprobar la teoría aplicada al ámbito profesional y en el contexto guatemalteco. Además de contar con el apoyo de la o el asesor de prácticas, a quien se puede recurrir en situaciones de duda. Las prácticas supervisadas son una excelente forma de culminar el proceso de formación del estudiante ya que fortalecen los conocimientos teóricos e integran los conocimientos adquiridos en los cinco años de la carrera.

VIII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la organización DEMOS continuar con la labor de visibilidad ante los medios de comunicación. Es importante aprovechar el conocimiento adquirido por los medios del quehacer de la institución así como el posicionamiento de los miembros como fuente de información y analistas políticos
- Se recomienda capitalizar la información que generan las distintas unidades de la ONG a través de un departamento de comunicación que maneje la información de manera estratégica para la organización. Dicho departamento debe estar a cargo de diseñar estrategias de comunicación que apoyen a cumplir los objetivos.
- Se recomienda a la universidad Rafael Landívar, fortalecer el pensum de comunicación, con una clase centrada únicamente en *community management*, ya que es necesario saber la diferencia entre el manejo de redes de empresas comerciales, organizaciones sin fin de lucro y organismos gubernamentales.
- Se recomienda a la Universidad Rafael Landívar incluir en el curso de Relaciones Públicas el libro *Free Publicity*, de Crilley (2003) el cual cuenta con consejos prácticos para la relación con los medios de comunicación ya que son muy útiles para la labor de relaciones públicas que se realizó durante las prácticas.
- Se recomienda a la Universidad Rafael Landívar fortalecer el programa del curso de “elaboración de materiales impresos” incluyendo un acercamiento de los estudiantes a una imprenta y que se aborden temas como diferencias, ventajas y desventajas de los diferentes papeles y materiales de impresión, tiempos que manejan las imprentas, dimensiones y costos.

- Se recomienda a los estudiantes de la carrera Ciencias de la Comunicación optar por la experiencia de Práctica Supervisada, ya que la misma ayuda a concluir la formación profesional y le brinda herramientas que desarrollan las competencias necesarias para competir en el mercado laboral.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- Brunner R; (1996) *Comunicación y Política en la Sociedad Democrática*. Fundación Konrad Adenauer. Buenos Aires, Argentina.
- Canel, José M (2006) *Comunicación Política*. Editorial Tecnos. Madrid España.
- Canel, Jose M (2005) *El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia ícono*. Universidad de Complutense Madrid. Madrid, España
- Castro, J; Celeste, P; García L, (2005) *COMUNICA: Lecturas de Comunicación Organizacional*. Editorial Gesbiblo S.L, España.
- Crilley, J. (2003) *Free Publicity*. Brown Books Publishing Group. Dallas, Texas.
- Curtchis J; Fuentes M (2011) *Sentido Social: la comunicación y el sentido común en la era del internet social*. Profit Editorial; España.
- Dahi R, (2004) *La Democracia*. PostData, Estados Unidos.
- Llanos B; Nina J, (2011) *Mirando con lentes de género la cobertura electoral: manual de monitoreo de medios*. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA). Perú.
- Mazzuca S, (2002) *Acceso al poder y estabilidad del ejercicio del poder en América Latina*. Universidad de Sevilla. España.

- Monzón C. (1996) *Opinión Pública, comunicación y política*. Editorial Técnicos, Madrid, España..
- Mendé, B; Smith, C. (1999) *La comunicación política: un espacio de confrontación*.
- Ochoa, O. (2000), *Comunicación Política y Opinión Pública*, Mc Graw Hill, México.
- Wilcox D, Cameron T. (2006) *Relaciones Públicas Estrategias y Trácticas*. Pearson Educación.
- Wolton D, (1989), *La comunicación política: la construcción de un modelo*, Gedisa Editorial, Barcelona España
- Página Oficial de las Naciones Unidas: Departamento de Información Pública (2015). Recuperado en: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>
- Página Oficial de Universidad Rafael Landivar (2015). Recuperado en: www.url.edu.gt
- Página Oficial de Universidad UACECE (2015). Recuperado en: <http://www.ucaece.edu.ar/index.php/alumnos-reglamento-de-practicas-profesionales-supervisadas/>

ANEXOS

Anexo 2: Cronograma de trabajo del plan de práctica

A continuación se presenta el cronograma ejecutado durante los distintos proyectos

actividad/semana	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 5	semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	
Monitoreo													
1er encuentro Nacional de Observadores													
Reunión con Relator de Naciones Unidas													
Talleres de comunicación													
Comunicación para CONAREP													
Manejo de redes sociales													
Eventos de aliados													
Segundo Encuentro nacional de Observadores													
Servicio de Observación y Análisis electoral													

desarrollados en práctica supervisada en DEMOS.

Anexo 3: Pensum de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación

A continuación se presenta el pensum de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación para los estudiantes de ingreso el año 2011:

Primer Ciclo
Discurso Visual
Economía
EDP Estrategias de Comunicación Lingüística
Inglés 1
Introducción a la Comunicación
Introducción a la Investigación
Taller de Expresión Oral
Primer Interciclo
Curso Electivo I
EDP Pensamiento Ignacio Landivariano
Redacción de Guiones Audiovisuales
Taller de Expresión Escrita
Segundo Ciclo
EDP Estrategias de Razonamiento
Estilística
Fotografía I
Fundamentos de Ciencias Humanas y Sociales
Gestión y Administración de la Comunicación
Inglés 2
Lenguajes Web
Metodologías de Comunicación Grupal
Tercer Ciclo
Comunicación Organizacional I
EDP Introducción a los Problemas del Ser Humano
Estadística I
Géneros Periodísticos I
Inglés 3
Teoría de la Comunicación I
Tercer Interciclo
Diagramación
EDP Introducción a los Problemas de la Sociedad Guatemalteca

Relaciones Públicas
Cuarto Ciclo
Análisis Semiótico
Discurso Audiovisual
Estado, Democracia y Ciudadanía
Géneros Periodísticos II
Inglés 4
Radio 1
Teorías críticas de la comunicación
Quinto Ciclo
Comunicación para el Desarrollo
Fotografía II
Inglés 5
Métodos de Investigación I
Televisión I
Teorías de comunicación II
Quinto Interciclo
EDP Optativo
EDP Ética
Redacciones de Guiones Radiofónicos
Sexto Ciclo
Culturas y Diversidad en Guatemala
EDP Realidad Nacional
Inglés 6
Producción Multimedia
Publicidad I
Radio para el Desarrollo Social
Televisión Alternativa
Séptimo Ciclo
Análisis y Selección de Medios
Comunicación para el Desarrollo II
Comunicación Política
Deontología de la Comunicación
Radio II
Séptimo Interciclo
Debates de la Comunicación
EDP Optativo de Trascendencia
Elaboración y Evaluación de Materiales Impresos
Seminario de Comunicación 1
Octavo Ciclo
Desarrollo y Evaluación de Campañas Publicitarias y de Comunicación Social

Métodos de Investigación II
Opinión Pública
Problemas Políticos de América Latina
Taller de Producción de Video
Noveno Ciclo
Curso Electivo
Debates de la Comunicación II
EDP Ética Profesional
Gestión de Proyectos Web
Seminario de Comunicación II
Tesis
Noveno Interciclo
Práctica Supervisada I
Décimo Ciclo
Práctica Supervisada II
Tesis II

Anexo 4: Imágenes

A continuación se presenta una breve descripción de las imágenes utilizadas en el capítulo IV.

Imagen	Descripción de imagen
Imagen 1	Comunicado para CONAREP elaborado por practicante
Imagen 2	Comunicado sobre Posicionamiento de Baudilio Hichos elaborado por practicante
Imagen 3	Monitoreo de Impacto en medios de conferencia de prensa convocada por la practicante par CONAREP
Imagen 4	Agenda de Reunión con Naciones Unidas
Imagen 5	Manifestante portando cartel de #ReformaElecotralYa elaborado con la supervisión de la practicante para CONAREP
Imagen 6	Comunicado de prensa de estrategia Resonancia para CONAREP elaborado por la practicante
Imagen 7	Convocatoria a medios al taller "Democracia a pesar de la crisis" elaborada por practicante
Imagen 8	Comunicado de prensa de Primer Encuentro Nacional de Observadores realizado por practicante
Imagen 9	Fotografía tomada por Jorge Barrientos para concurso de fotografía organizado por practicante
Imagen 10	Noticia en Fox News sobre Encuentro Nacional de Observadores, gestionada por practicante
Imagen 11	Comunicado sobre el segundo encuentro nacional de observadores realizado por practicante.
Imagen 12	jóvenes de todo el país en Segundo Encuentro Nacional de Observadores

Imagen 13	Gafete de practicante de taller de comunicaciones impartido por DEMOS dirigido a comunicadores comunitarios
Imagen 14	Clase de edición de video impartida durante taller de comunicación
Imagen 15	Boletín sobre taller de comunicación de CCPVJ realizado por practicante
Imagen 16	Presentación sobre el trabajo de DEMOS en el campo de la comunicación realizada por practicante para ser presentada en México
Imagen 17	Imagen de Livestream del Centro de Servicio, Información y Análisis Electoral 2015, a cargo de la practicante
Imagen 18	Entrevista en Canal Antigua con Frank La Rue gestionada por practicante
Imagen 19	Equipo del Centro de Servicio, Información y Análisis Electoral 2015
Imagen 20	Comunicado sobre Servicio de Información y Análisis Electoral 2015 realizado por practicante
Imagen 21	Practicante junto con Jurista Español Baltasar Garzón