

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

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN GESTIÓN CULTURAL Y
COMUNICACIÓN EN QÜID, ESPACIO DE CO-CREACIÓN, JUNIO - AGOSTO 2017."**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

SOFÍA RENEÉ MAZARIEGOS DÍAZ

CARNET 11351-12

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

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

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN GESTIÓN CULTURAL Y COMUNICACIÓN EN QÜID, ESPACIO DE CO-CREACIÓN, JUNIO - AGOSTO 2017."

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
SOFÍA RENEÉ MAZARIEGOS DÍAZ

PREVIO A CONFERÍRSELE

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

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

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

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. MYRIAM MARITZA CHICAS MORALES

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. LAZARO ESTEBAN VALDESPINO CRUZ

Guatemala, 20 de noviembre de 2017

Señores
Miembros de Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

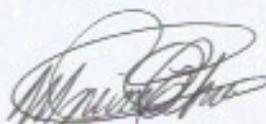
Estimados Señores

Por este medio hago constar que he revisado el Trabajo de Grado de la estudiante **Sofía René Mazariegos Díaz, carné No. 11351-12**. Considero que el mismo cumple con todos los requerimientos establecidos por el Departamento de Ciencias de la Comunicación.

Por lo tanto, presento para revisión final el trabajo titulado: **Reflexión de la experiencia de práctica profesional en gestión cultural y comunicación en Qüid, espacio de co-creación, junio – agosto 2017**.

Agradezco su amable atención, sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,



Licda. Myriam Chicas

Asesora

7147



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES

No. 052244-2017

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 SOFÍA RENEÉ MAZARIEGOS DÍAZ, Carnet 11351-12 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051526-2017 de fecha 29 de noviembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN GESTIÓN CULTURAL Y COMUNICACIÓN EN QÜID, ESPACIO DE CO-CREACIÓN, JUNIO - AGOSTO 2017."

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

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, al día 1 del mes de diciembre del año 2017.

Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES**

Universidad Rafael Landívar



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Humanidades
Secretaría de Facultad

ÍNDICE

I.	Introducción	1
II.	Contextualización	2
	2.1 Historia y datos básicos	2
	2.2 Estructura organizativa	3
	2.3 Características principales	4
	2.4 Situación del Qüid	5
	2.5 Contextualización del departamento	6
III.	Plan de prácticas	7
	3.1 Descripción del departamento	7
	3.2 Perfil del puesto	7
	3.3 Especificaciones generales	8
	3.4 Justificación	8
	3.5 Objetivos	9
	3.6 Funciones	9
IV.	Fundamentación teórica	11
	4.1 Coworking	11
	4.2 Cultura	15
	4.3 Gestión Cultural	19
	4.4 Centro Cultural	21
	4.5 Centros Culturales en Guatemala	22
	4.6 Comunicación y Cultura	24
	4.7 Comunicación interna y externa	25
	4.8 Generación de contenido	27
	4.9 Documentación audiovisual	28
	4.10 ¿Por qué una comunicadora puede trabajar en gestión cultural?	29

V.	Informe de prácticas	31
VI.	Reflexión de sobre experiencia	51
VII.	Conclusiones y recomendaciones	63
VIII.	Anexos	68
IX.	Referencias Bibliográficas	69

RESUMEN

El informe de práctica profesional consiste en dejar un registro y un análisis de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, quienes tuvieron la oportunidad de trabajar con grandes marcas y empresas para utilizar las herramientas y conocimientos que se aprendieron durante los cinco años de la carrera.

El objetivo de las prácticas es proveer al estudiante la preparación a profundidad del mundo profesional desde la carrera y el campo que ellos o ellas hayan decidido. Las prácticas supervisadas son una oportunidad para conocer cómo es que se desarrolla el campo de interés en lo profesional.

Se pudo reflexionar sobre la importancia de los centros culturales en Guatemala, la promoción de la cultura en el país desde cómo se genera un evento, el concepto del desarrollo de cultura y de comunidad. La experiencia contribuye a entender cómo un profesional de la comunicación puede aportar al bienestar y la recreación social por medio de la educación cultural.

I. INTRODUCCIÓN

Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar como parte de la culminación de la carrera deben hacer un período de prácticas que los ayuda a acercarse al mundo laboral y profesional ejerciendo como comunicadores y comunicadoras.

Los estudiantes eligen un área de interés y buscan un espacio en donde se pueda aprender más sobre el tema y en donde se pueda aportar los conocimientos adquiridos. En esta oportunidad la estudiante Sofía Reneé, en su interés de conocer más acerca de la gestión cultural decidió buscar un espacio cultural que la recibiera para las prácticas. Es así como se contactó con Qüid, Espacio de Co Creación.

Para los estudiantes. realizar las prácticas es importante porque esta trayectoria les enseña a utilizar las herramientas aprendidas durante la carrera.

En el caso de la estudiante que realizó las prácticas, el objetivo era aprender más acerca de la gestión cultural y sobre su importancia en Guatemala, tanto como la creación de eventos y la documentación del mismo, también, el tipo de comunicación que es necesario para un centro cultural.

La comunicación y la cultura presentan áreas importantes de desarrollo para el ser humano ya que ambos son temas que se complementan uno con el otro para poder crear el bienestar y la recreación humana.

II. CONTEXTUALIZACIÓN

2. 1 HISTORIA Y DATOS BÁSICOS

Qüid, Espacio de Co – Creación (El Qüid como abreviación), inició como un proyecto para presentar un nuevo modelo de trabajo en Guatemala, después de que sus fundadores visitaron España (uno de los países que tiene la mayor cantidad de centros de trabajo compartido) y conocieron el concepto de coworking.

El nombre Qüid viene de la palabra en latín quid, que significa la esencia, causa o razón de algo. Al buscar nombre, querían que se reflejara que el proyecto era un punto de partida, la razón de ser de algo nuevo. Así coincidieron con la palabra, a la cual se le agregaron las diéresis para pronunciar la “U”. Luego se agregó “espacio de co – creación”, para que se distinguiera la idea principal del concepto.

Según Moreno (2013), “el coworking es un lugar donde se fomenta y potencia la interacción entre los miembros de la comunidad dando lugar a nuevas oportunidades de negocio que no serían posibles en una oficina convencional o trabajando desde casa”. Es decir que el coworking es un espacio físico que abre las puertas para quienes deseen desarrollar un proyecto o negocio acompañado de una comunidad que puede influenciar en la creación del mismo sin necesidad de encontrar límites de un modelo de trabajo convencional.

El Qüid, fue fundado a principios del 2013, primero estuvo ubicado en Cuatro Grados Norte en la Zona 4 de la ciudad de Guatemala. A lo largo del año que se dio a conocer el proyecto, varios profesionales utilizaron el coworking para impulsar sus proyectos.

A medida que se creaba y se expandía la comunidad, los fundadores querían aprovechar más la plataforma que habían creado y se decidió implementar una agenda cultural para potenciar el arte y la cultura en Guatemala, así que el Qüid

además de ser un espacio de trabajo compartido también fomentó el área de centro cultural.

Al iniciar con las actividades de agenda cultural, el Qüid fue bien recibido por la comunidad artística y creativa formando parte de festivales de diseño y ser una sede seleccionada para actividades de casas de estudios como la Universidad Francisco Marroquín y la Universidad San Carlos de Guatemala.

Por el éxito alcanzado el equipo de El Qüid decidió organizar festivales y actividades que se estarían convirtiendo en el sello de El Qüid. Algunos de estos eventos consisten en talleres de manipulación textil, festivales urbanos, conciertos a puerta cerrada, mercadillos de proyectos emergentes, entre otros.

Después de dos años de establecerse en Cuatro Grados Norte, por motivos ajenos al proyecto, éste se mudó a un espacio en Zona 10. Siempre con el mismo concepto.

2.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa del Qüid cuenta con una comunicación horizontal de todos los socios y colaboradores. Por lo que no están jerarquizados en un organigrama. El siguiente gráfico se adecuó para representar la relación de trabajo dentro de la empresa.



El Qüid tomó las atribuciones de centro cultural y comunicación, estas responsabilidades se asignaron en una nueva plaza que fue creada para las prácticas. Previo a la experiencia la organización se dividía así:

Arquitecta Mariana Recinos Dávila: Fundadora y directora. Graduada de la Universidad Francisco Marroquín de Arquitectura con Máster en Diseño. Mariana es la encargada del diseño del espacio y la organización de los eventos que tengan relación con talleres. Organización de los paquetes y manejo de las membresías del coworking.

Arquitecto Ernesto Morales Hurtado: Fundador y director. Graduado de la Universidad Francisco Marroquín de Arquitectura con Máster en Diseño. Ernesto es el encargado de la logística interna de eventos como festivales, conciertos y el servicio a las personas con membresía en el espacio de trabajo compartido.

Licenciada Mercedes Aycinena: Socia. Encargada de la línea gráfica del Qüid y la comunicación interna y externa, y el mantenimiento de las redes sociales. Organizadora de todos los eventos que se relacionen con diseño y arte.

Amy López: Recepcionista encargada del mantenimiento interno, de la comunicación interna del Coworking.

2.3 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE QÜID, ESPACIO DE CO – CREACIÓN

Por medio de la plataforma del trabajo compartido se busca mejorar la industria creativa en Guatemala, por medio de ofrecer espacios de trabajo para el desarrollo individual de diferentes profesionales en varios ámbitos.

El Qüid tiene como objetivo general proporcionar un espacio que inspire a compartir procesos de construcción en el cual se encuentre una comunidad que esté

interesada en la colaboración de proyectos emergentes, propuestas alternativas, enriquecimiento artístico, cultural y profesional.

El objetivo de tener un centro cultural es incentivar a la sociedad a ser consumidora y exigir una agenda de actividades y eventos que además de alimentar la educación y formación personal puedan ser de entretenimiento y tiempo de calidad más allá de ir a un centro comercial, por ejemplo.

2.4 SITUACIÓN DE QÜID ESPACIO DE CO – CREACIÓN EN GUATEMALA

CONTEXTOS NACIONALES E INTERNACIONALES

Actualmente El Qüid ha sido reconocido como uno de los principales y mejores espacios de trabajo compartido. Posteriormente a la inauguración de El Qüid han surgido otros espacios como el, Tec Coworking en Cuatro Grados Norte, Serendipity en Zona 10, Pepita's Lab en Paseo Cayalá. En el ámbito de centro cultural fue uno de los primeros que impulsó una agenda diversa y consecuente cada mes.

En relación a contextos internacionales, se ha contado con actividades impartidas con personas interesadas en visitar Guatemala y ser parte de la agenda cultural de El Qüid como talleres.

Parte de la representación internacional, el centro cultural ha sido representado en plataformas de movimiento mundial como TEDx, Creative Mornings, entre otros. La presencia que el Qüid ha tenido en estas plataformas ha tocado temas como “¿por qué es importante generar espacios como el Qüid en Guatemala?”, entre otros.

2.5 CONTEXTUALIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO

El departamento asignado para las prácticas supervisadas se encarga de la imagen y la comunicación a nivel interno y de la promoción del espacio en las plataformas de comunicación externa, todo lo que conlleva la gestión cultural.

Desde la creación de la agenda del mes, la logística de cada uno de esos eventos. La curaduría necesaria de las actividades de arte, hasta el sonido de actividades musicales.

Por lo tanto, todo el material de información, plataforma de comunicación, logística, creación y mantenimiento del área cultural se manejó y trabajó por este departamento.

III. PLAN DE PRÁCTICAS

3.1 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO ASIGNADO

El departamento de Gestión Cultural y Comunicación se encarga de la organización de comunicación de ambos espacios: coworking y agenda cultural. Se planean los mensajes, promociones, publicación e información que se compartirá del espacio y sus eventos.

En este departamento también se planifican las actividades que son creadas por el Qüid o por terceros. Se encarga de hacer nuevos eventos para mantener la diversidad de disciplinas creativas activas y poder incrementar la comunidad.

El horario manejado dentro el periodo de prácticas fue el asignado por la Universidad Rafael Landívar, de lunes a viernes de 8:00 AM a 5:00 PM. También debía asistirse a los eventos designados.

3.2 PERFIL DEL PUESTO DEL ASIGNADO

- Experiencia en organización de eventos
- Experiencia en logística de eventos
- Conocimiento y experiencia en gestión cultural
- Conocer procesos de curaduría en arte
- Experiencia para construir planes de comunicación
- Redacción y elaboración de material
- Comunicación institucional
- Relaciones públicas
- Conocer el contexto guatemalteco de cultura.
- Conocimiento en documentación en video o fotografía

- Uso de plataformas de redes sociales como medios de comunicación a una comunidad específica.

3.3 ESPECIFICACIONES GENERALES DEL PUESTO

- Manejo de organización de eventos
- Creación de eventos
- Manejo de gestión cultural
- Manejo de planes de comunicación interna y externa
- Conocimiento de curaduría
- Conocimiento en documentación audiovisual y fotográfica
- Generación de contenido
- Relaciones públicas
- Conocimiento de contexto local en ámbitos artísticos y culturales
- Convocatorias y comunicación de eventos
- Crear alianzas estratégicas para el centro cultural

3.4 JUSTIFICACIÓN PARA CONTRATACIÓN DEL PUESTO

Para aplicar a la plaza del departamento de Gestión Cultural y Comunicación de El Quíd se debe contar con el conocimiento y experiencia en fotografía y producción audiovisual.

También contar con la experiencia de creación y organización de comunicación de eventos, relaciones públicas y gestión cultural y el arte en Guatemala.

3.5 OBJETIVOS ESTABLECIDOS

OBJETIVO GENERAL

- Cumplir con el tratamiento correcto de la comunicación y la gestión cultural bajo los estándares y pilares del centro cultural.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cumplir con el manejo correcto de la comunicación interna y externa de El Qüid de acuerdo con las características de la marca.
- Contribuir a la creación de la agenda cultural por medio de generar nuevos eventos para diversos públicos.
- Cumplir con organizar los eventos correctamente con todas las herramientas necesarias para que la actividad sea fructífera.
- Crear conexiones importantes para el centro cultural.
- Generar contenido interesante, de buena calidad y de documentación.
- Trabajar fotografías y videos que representen a la institución.
- Construir un buen proceso de gestión cultural.

3.6 FUNCIONES DESARROLLADAS

- Manejo de comunicación del centro cultural
- Organización de eventos culturales
- Procesos creativos de organización de eventos
- Documentación de los eventos culturales
 - Fotografía
 - Audiovisual
- Comunicación de cultura

- Agenda Cultural
- Convocatoria y logística de eventos
- Comunicación interna
- Actualización de información

IV. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En el periodo de prácticas se trabajó con temas y actividades directamente relacionadas con lo que se ha estudiado a lo largo de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Podría decirse que con esta experiencia se busca conocer y definir dos temas específicos.

Principalmente la cultura, la gestión cultural y la comunicación de la misma; como segundo tema la documentación a través de la fotografía y de los audiovisuales. Construcción de mensajes a partir de este material generado y lo que estos mensajes causan.

Para conocer las áreas que se trabajaron durante las prácticas supervisadas se definieron algunos conceptos que se consideran importantes para una contextualización adecuada al informe de prácticas.

Qüid, Espacio de Co – Creación, es tanto un espacio cultural como un espacio de coworking por lo que se considera necesario desglosar ambos términos para tener una mejor idea de la institución y cómo estas áreas construyen un lugar para practicar la gestión cultural en Guatemala.

4. 1 COWORKING

Según la investigación de Xarxa Emprèn (2015), “el coworking es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo (que puede ser tanto físico como virtual), para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez fomentan proyectos conjuntos”.

Con este concepto se explica que el modelo consiste en el valor de compartir. En este caso se comparte el lugar de oficina, servicios y contactos, lo cual conlleva a la construcción de relaciones entre quienes participen dentro del espacio, por lo tanto, genera una comunidad. El espacio de coworking también trata de que diferentes sectores puedan coincidir para ayudarse unos profesionales independientes a otros en varias industrias y proyectos.

La historia del coworking, según relata la investigación de Xarxa Emprèn (2015), surge aproximadamente hace 10 años. En San Francisco, Estados Unidos, un programador Brad Neuberg, creó un espacio comunitario en donde varias personas dedicadas al trabajo de tecnología, programación, etc. se encontraban para trabajar y colaborar.

Según este mismo estudio, en un universo de 100 países el 72% considera el coworking “una clave para la innovación y el emprendimiento”. Esta alternativa de modelo de trabajo ofrece varias ventajas, empezando por los costos que son significativamente más accesibles para una empresa en etapas iniciales de desarrollo.

Moreno (2013) señala que en Europa, España y Alemania son los principales países con más lugares de coworking, actualmente se encuentran 2500 centros de coworking alrededor del mundo y las cifras aumentan continuamente. Lo que aclara que este modelo de trabajo, ha sido un movimiento mundial que ha sido aplicado en diferentes sociedades.

Para el año 2014 según Deskmag (2015), se finalizó el año con aproximadamente 5780 espacios establecidos en todo el mundo, y se prevé que alcanzarán aproximadamente 19,000 para el año 2017.

Un espacio de coworking ofrece varias ventajas. Entre ellas están la construcción de alianzas, la oportunidad de tener una imagen profesional sólida, y el ambiente que facilita el proceso de nuevas ideas.

Para los profesionales independientes ofrece la posibilidad de una oficina con flexibilidad, cooperación, variedad horarios a conveniencia, el ambiente de productividad, y de variedad dentro de los diferentes miembros. El coworking también se presta a ser adaptable a presupuestos, espacio, número de personas, industrias, etc.

Según Moreno (2013) el coworking es “más allá de compartir gastos y abaratar sus costos, su productividad se ha visto incrementada notablemente, su red de contactos profesionales o networking ha aumentado dando lugar a interesantes sinergias.” Lo que explica que la interacción del coworking es la ventaja más apreciada, ya que es donde se incrementa la oportunidad de creatividad e innovación.

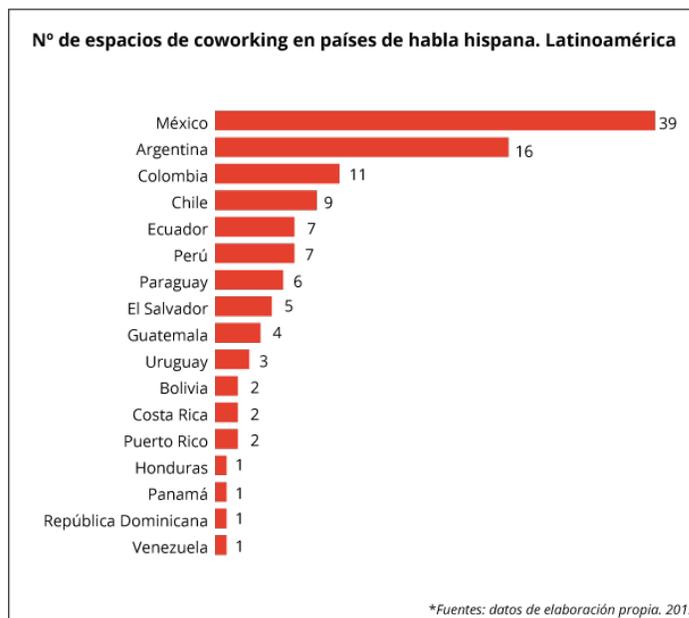
En Latinoamérica, según la investigación de Asociación Coworking (2015) Latinoamérica no está fuera de este crecimiento. “El número de espacios abiertos en la actualidad asciende a 127. Las cifras aún están lejos de acercarse a las alcanzadas en otras regiones, pero lo que sí es cierto es que estamos ante un fenómeno que crece en popularidad”.

El movimiento del coworking acompaña al desarrollo en diferentes regiones del mundo. Las nuevas generaciones están adentrándose en la experimentación y construcción de nuevas ideas de negocios y nuevas ideas de profesionalismo por lo que el coworking se extiende y se acomoda en diferentes culturas, en especial a los jóvenes considerados “emprendedores” que buscan una oportunidad para trabajar independientemente, desprendiéndose del concepto y estructura que se conoce como tradicional.

El coworking representa una plataforma de experimentación para muchos, y según los números y estadísticas el mundo parece estar tomando la idea de la colaboración, el compartir y el expandirse como una opción viable y aceptable para la vida laboral y cotidiana.

Asociación Coworking (2015) acompaña el artículo que explica el crecimiento del movimiento con esta gráfica, específica para Latinoamérica.

(Según esta gráfica, Guatemala contaba con 4 centros de coworking hasta el año 2015)



Deskmag (2015) Coworking en Latinoamérica [Estadística] Recuperado de: <http://www.deskmag.com/>

4.2 CULTURA

El término cultura, ha sido estudiado durante varios años y décadas. Existe una variedad de definiciones para explicar que es cultura, en la investigación realizada por Kroeber y Kluckhohn (1952) define cultura de la siguiente forma:

“Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Es el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de ejercitar las facultades intelectuales de hombre”.

Lo que se explica con esta definición es que la cultura recolecta el conocimiento con el fin de construir la capacidad de análisis y criterio de una persona, esto se refleja en la forma que un individuo traslada esos conocimientos en el ejercicio de su cotidianidad. Al mismo tiempo, estos conocimientos no son estáticos ya que existen varias formas en que el conocimiento puede ser ejercitado para cambiar y crecer sus facultades.

Otra definición en la investigación de Kroeber y Kluckhohn (1952) también señala que la cultura es:

“Conjuntos de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”

La cultura también se representa en lo que se construye dentro de grupos de personas que aportan diferentes elementos a la convivencia, costumbres, conocimientos y el propio desarrollo de varios sectores del progreso humano; en especial en el arte, ciencia, industria, etc.

Para comprender la raíz de dónde proviene la palabra cultura, se investigó en la lectura de Williams (1976), que explica:

“El término cultura proviene del latín cultus, que a su vez deriva de la voz colere, que tiene gran cantidad de significados como habitar, cultivar, proteger, honrar con adoración, cuidado del campo”.

Si se analizan los diferentes significados de la raíz de la palabra cultura, se puede señalar que la base de cultivo se refiere al brote, a lo que surge, esto explica que la cultura es algo que proviene y nace dentro del mismo ser humano.

Cultivar es una acción que debe ser trabajada a fin de ver resultados. Como sería en la agricultura, por ejemplo. La cultura conlleva un proceso de aprendizaje, como cuando se prepara la tierra; y los resultados finales de obtener algún brote que sería el conocimiento y experiencia que queda en la persona.

Mientras los romanos, según Fornäs (1995) explica que instruyeron el término animi, como la cultivación del alma, con lo que explica que esto se trabaja por medio del intercambio de civilizaciones.

A lo largo de la historia las modificaciones y la exploración de la palabra cultura; se puede moldear y llegar a significar la formación de la mente y lo que se cultiva en ella, por medio de diferentes sectores, principalmente las creencias, el arte, la moral, el derecho las costumbres, etc.

Según Jiménez, (s/f) “La cultura es la capacidad humana de captar y expresar significados no sensoriales, siendo esta la base del pensamiento abstracto”.

Esta definición complementa la explicación del cultivo humano, como una habilidad de captación y proceso que se percibe y luego se transforma en una ganancia no

tangible, pero sí trabajada en la mente, lo cual construye el pensamiento abstracto o pensamiento crítico.

Según explica Rocker (1962) la cultura surge y se funda por sí misma. Esta surge ante las necesidades humanas de compartir y de dejar un aporte útil en la sociedad.

Warren (2002) también explica que aparte de compartir elementos de forma de vida, los valores dominantes que conforman la cultura están: lenguaje, creencias religiosas, tradiciones, arquitectura, la ciencia, arte, literatura y música.

Con la definición que Rocker presenta, se puede observar que la cultura es y fue creada por necesidad humana de ser funcional en la vida, la necesidad del ser humano de sentirse útil y de crear lazos de comunidad con quienes quieran y compartan algo de sí. Las facultadas de la formación humana como explica Warren están afectadas y reflejadas por aspectos cotidianos como el lenguaje hasta lo que se practica en las diferentes manifestaciones del arte.

Según Guo-Ming y Starosta (1998), la cultura cuenta con dos funciones diferentes. La primera que explica que son aspectos clave de la cotidianidad, la lingüística y la psicología. Esto es lo que construye una comunicación para quienes comparten valores y creencias similares. El compartir estos aspectos en un mismo ambiente es lo que crea cultura, por medio de las actividades mentales que implican poner en práctica la experiencia que se ha aprendido y lo que se aprende.

Esta primera función de la cultura, es la que ayuda al desarrollo y madurez de la persona, que afina el sentido de pertenencia por medio de entender la comunicación con quienes comparten similares en creencias y valores.

La segunda función explica Guo-Ming y Starosta (1998), que es la estabilidad y la seguridad que se tiene al pertenecer a un grupo.

Para del desarrollo de ambas funciones de la cultura está la construcción humana y el entendimiento. La necesidad de compartir y manifestar siempre ha existido y buscado formas de revelarse.

Como explica Supisiche (2003), “el arte siempre ha estado presente, siempre que el hombre ha querido manifestar a los otros sus necesidades, sus sentimientos, sus creencias, sus convicciones. Es así como aparecen desde la prehistoria hasta hoy, pintura, escultura, arquitectura, música, danza, reflexiones, y los distintos momentos culturales atravesados por el ser humano y de las diversas valoraciones que él ha hecho de sí mismo”.

La cultura tiene como herramienta principal la comunicación, por la necesidad de los hombres y mujeres de compartir de sí. La comunicación abarca los detalles principales que se mencionan en la función lingüística. Que permite dejar un registro de la construcción de símbolos y lenguaje por medio de la historia y sociedades pasadas.

Supisiche especifica que nace a necesidad de mostrar como personas que han cultivado dentro de sí, por medio de diferentes muestras que son expresiones de arte y por lo tanto se transforman en demostraciones culturales porque contiene una voz para elementos que constituyen la representación de una persona o grupos que cultivan su experiencia y la desarrollan.

Supisiche (2003) también afirma que “el arte, en cuanto creación y producto humano, constituye un hecho cultural que se debe considerar no solo desde su realidad material sino también como parte de un proceso temporal y cosmológico. El arte es un hecho en cuanto tiene existencia y es un producto cultural por su condición de creación humana. Toda intervención en el ambiente humano pone en acto una visión del mundo que deriva de una determinada construcción del mismo.”

Como se explica en la definición de Supisiche el humano utiliza el arte como una prueba de la realidad, por lo tanto, se transforma en una prueba cultural de lo que instituye la creación humana al intervenir en el mundo con lo que este ha dejado en sí.

4.3 GESTIÓN CULTURAL

La gestión cultural es la profesión que trata como cualquier otra, en la gestión y administración de recursos. La diferencia es que la aplicación de la gestión de la cultura tiene ciertos diferenciadores a la hora de ejercer.

Según Bernández (2003), “la administración de los recursos de una organización cultural, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores procurándoles la mayor satisfacción”.

La gestión cultural incluye la administración de la economía, cuidar los intereses de una comunidad. También velar por los recursos desde los materiales hasta los financieros. Desde la promoción hasta el público que recibe la producción cultural.

El manual creado por la Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Catalunya (2011), establece que “los profesionales de la gestión cultural son plenamente consciente de que la cultura es un derecho fundamental (artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos) que permite ampliar las libertades de las personas y de los pueblos.

Lo cual presenta un sustento importante para el desarrollo de la profesión, porque además de trabajar y ser útil en una industria, se está trabajando para el servicio y el cumplimiento de uno de los Derechos Humanos que contribuyen a la formación de un ser humano.

También Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Catalunya (2011), presenta la definición de la labor del gestor cultural de la siguiente manera:

“El gestor cultural es un mediador entre la creación, la participación y el consumo cultural. Un profesional capaz de ayudar a desarrollar el trabajo artístico y cultural e insertarlo en una estrategia social, territorial o de mercado. La profesionalidad de un gestor hace viable un proyecto cultural en sus dimensiones económica, social, política y territorial. Asimismo, se considera que un gestor cultural es un profesional cuando está debidamente cualificado o bien tiene experiencia en el sector, siendo esta la actividad principal por la que percibe una remuneración económica.”

Gracias a la definición de la Asociación de Gestión Cultural de Catalunya, se puede comprender enteramente los objetivos de esta profesión, se tiene como base el desarrollo artístico y cultural. Esto se trabaja por medio de apelar al uso de estrategias para poder basarse en un público específico y dirigir el material y trabajo finalizado hacia ellos y ellas.

La gestión cultural se encuentra conectada con varias ramas y sectores empresariales, áreas como, por ejemplo: el marketing, la comunicación, la administración, etc., solo para mencionar algunas de las herramientas que esta profesión puede necesitar a lo largo del desempeño de la misma.

El gestor cultural en base a la teoría que expone la definición, es el o la encargada de desarrollar y crear actividades con relación al conocimiento en el ámbito artístico y cultural, creando así un contexto en el cual se puede compartir ideas y generar más cultura a quienes estén interesados en buscarla.

Para lograr ejercer la gestión cultural de la manera correcta, la guía de cultura mencionada en este inciso también cuenta con una sección importante que ejemplifica cuáles son los estándares de calidad que se necesitan ejercer en la profesión:

- “El gestor cultural debe ser sensible y estar atento a los nuevos lenguajes creativos y a la creación contemporánea, evitando el estancamiento conceptual y estético. Ese necesario contribuir a la creación el sentido crítico de la sociedad.
- Hay que incorporar como criterios la innovación, el riesgo y la experimentación cultural y artística y también el rigor en el uso de lenguajes contemporáneos y de los medios tecnológicos.
- La cultura y la educación están íntimamente relacionadas ya que representan las distintas maneras de formación para las personas y su sensibilidad desde la infancia hasta la edad adulta. A través de la educación se alcanza la cultura.
- Cohesión y el desarrollo social
- Dinamización económica”

Todos estos incisos son detallados como labores importantes y destacables de una o un gestor cultural, empezando desde la conexión con lo contemporáneo en el tipo de eventos y comunicación que se maneja en un proyecto cultural. Por lo tanto, se considera clave y destacable la innovación, el deseo de la educación y de desarrollo social ya que son los pilares y objetivos finales de la gestión de la cultura.

4.4 CENTRO CULTURAL

Un centro cultural según lo define Vives (2009) es “una infraestructura dedicada genéricamente a las actuaciones propias de la cultura, habitualmente abierta al público (...) normalmente también, con distintos usos sectoriales o disciplinares que lo distinguen de otras infraestructuras por su carácter multifuncional”.

Por lo tanto, un centro cultural se dedica a servir como medio para la presentación de expresiones culturales, artística y educativas. Un centro cultural es un lugar que propone su espacio para artistas o personas que deseen exponer algo que genere material para un público que busca una experiencia o conocimiento. Los centros culturales son casas que dan espacio a diferentes actividades, ya sean generando un espacio de conversatorio, espacio de exposiciones para arte y artistas, etc.

Rubiano (2009) también define que “Se designa casa de (la) cultura y en ocasiones centro cultura al lugar en una comunidad destinado a mantener actividades que promueven la cultura entre sus habitantes.”

Así como Rubiano designa que las casas o centros culturales son instituciones para promover la cultura, necesitan de alguien que sepa cómo hacerlo, por lo tanto deben contar con un gestor cultural.

Rubiano (2009) “Algunas casas de la cultura tienen bibliotecas, talleres culturales, cursos y otras actividades generalmente gratuitas o a precios accesibles para la comunidad. Este tipo de locales tiene una gran importancia para la preservación de la cultura local.”

Algunos centros culturales funcionan como adjuntos de otras actividades ya que necesitan generar sostenibilidad, algunos rentan sus espacios, otros funcionan con donaciones, o muchas veces tienen negocios a parte. Generalmente, incluyen espacios que fomentan la educación.

4.5 CENTROS CULTURALES EN GUATEMALA

Se cree importante mencionar algunos centros culturales con un recorrido estable y reconocidos en Guatemala. Los centros culturales mencionados a continuación, por

contexto y ejemplo para comprender qué sucede en el área cultural de Guatemala y qué están creando en sus espacios.

CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, a sus inicios Teatro Miguel Ángel Asturias, diseñado y construido por el artista guatemalteco Efraín Recinos es un proyecto sostenido por el Ministerios de Cultura y Deporte. Éste fue inauguración el 16 de junio de 1978 Actualmente se encuentra en un proceso de renovación, se busca ampliar las actividades culturales e intelectuales en las cuales puedan seguir asistiendo los guatemaltecos y guatemaltecas para el intercambio de arte y cultura.

Esta casa cultural ofrece diferentes actividades como obras de teatro, conciertos y festivales. Su más reciente proyecto fue añadir una sala de cine en la cual se proyectan películas curadas de diferentes temáticas y se proyectan varias películas durante toda la semana y mes en diferentes horarios.

CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA

El CCE es parte de una cadena o red de Centros Culturales de parte de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Este espacio cultural inició en 1956, a partir de ese momento ha contado con diferentes sedes. En el 2013, inauguran su nueva ubicación en el Teatro y Cine LUX, en Zona 1. Se ofrecen actividades y proyectos culturales, dando lugar a exposiciones de arte, talleres, salas de cine, conferencias, etc. Cuenta con varios espacios como biblioteca infantil, sala de lectura laboratorios, entre otros.

El proyecto inició con una remodelación del emblemático edificio de la Zona 1, parte de la información en su página web comparte que sus objetivos son generar la

participación, diálogo y la gestión de proyectos que cooperen con la cultura y desarrollo. Cuentan con una agenda cultural todos los meses.

ALIANZA FRANCESA DE GUATEMALA

El instituto de Alianza Francesa de Guatemala, es una escuela de francés. el espacio no es solamente utilizado para la educación en el idioma, sino que parte de su espacio es utilizado como centro cultural.

Al igual que el Centro Cultural de España, La Alianza Francesa forma parte red de alianzas en todo el mundo. En Guatemala se fundó en 1920, y en el 2003 recibió Orden del Quetzal y en el 2015 la distinción del Cambio de la Rosa de la Paz.

En este espacio se contemplan varias expresiones artísticas como conferencias, artes visuales, música, teatro, y talleres. La Alianza Francesa también recibe personalidades internacionales y nacionales que invitan al diálogo sobre diferentes temas.

4.6 COMUNICACIÓN Y CULTURA

Durante el proceso de prácticas y la carrera de comunicación se estudia cómo es que la comunicación es parte de los procesos y de las diferentes industrias. La comunicación se vuelve un elemento base para desarrollar proyectos.

Según Donati (1995), la comunicación y la cultura, vienen desde los núcleos sociales, como la familia, amigos, amigos de trabajo, entre otros. Cada uno de estos grupos genera sus propios sistemas comunicativos. Es decir que en el proceso de la construcción de esos sistemas comunicativos está incluida la forma en que se desarrollan. Por lo tanto, el resultado de la sociedad, no es construida solamente por las personas, sino por el intercambio abstracto.

Gracias a este planteamiento existen, dos diferentes paradigmas que se presentan: ¿es la comunicación producto de la cultura o la cultura producto de la comunicación?

El paradigma presentado por E. Leach (1989), indica que la comunicación “da voz a la cultura, porque es la herramienta principal que permite traducir las interacciones sociales al lenguaje”. De esta forma Leach explica que la comunicación es la vía principal para la construcción y el intercambio intelectual.

También la contrapropuesta que la cultural es lo que produce la necesidad de la comunicación de la intelectualidad. La participación de los humanos se vuelve la cultura y el proceso de compartir esa experiencia es la comunicación.

Así que ambos paradigmas plantean que la cultura y la comunicación son bases fundamentales para la convivencia de la sociedad, y el punto en común de ambas es que la construcción y desarrollo humano no sería efectiva sin la existencia de ambas.

4.7 COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

La comunicación interna, según Muñiz (s/f), es la herramienta que permite una comunicación dirigida al trabajador. Busca ayudar a la motivación y el progreso de los resultados dentro de un equipo.

Es decir que la comunicación interna consiste principalmente en lo que se construye con la información con los colaboradores de empresas, organizaciones, entre otras. El fin principal es crear una identidad y motivar al trabajador para obtener un resultado óptimo para la institución para la cual trabajan en base a los objetivos establecidos.

Según indica Puyal (2001), la comunicación interna permite mantener la coordinación, propone el trabajo en equipo, la integración de valores de la empresa y personales lo que conduce al desarrollo organizacional. Puyal también indica que un pilar importante de este tipo de comunicación es cubrir la necesidad humana de la comunicación en sí.

Basado en la definición de Puyal de comunicación interna se puede concluir que es una herramienta que busca generar conexiones especiales con la empresa, el equipo y los valores con el fin de generar un ambiente sano que tenga como resultado la resolución de objetivos en la misión y visión de la empresa; y también las metas de la misma.

Según Puyal (2001) existen aproximadamente tres modelos de comunicación interna. La comunicación ascendente, la descendente y la horizontal.

Explica Muñiz (s/f) que la comunicación ascendente es la que se genera desde abajo hasta el puesto más alto del organigrama. La comunicación descendente la cual es el opuesto del modelo explicado anteriormente, es decir la comunicación va desde el puesto más alto del organigrama hasta abajo. Cabe resaltar que este es el modelo usual. Por último, la comunicación horizontal, la que coloca la comunicación entre diferentes puestos como iguales, deshaciendo así, los procesos burocráticos dentro de las empresas.

La comunicación externa, es la comunicación que se maneja con las personas que están en contacto con la institución, pero no trabaja para ella, es decir, es para los clientes, los consumidores, los visitantes, entre otros. Según explica Puyal (2001), la comunicación externa está relacionada con departamentos exclusivos como marketing, comunicación, publicidad, entre otros.

Muñiz (s/f) llama a la comunicación externa, como comunicación corporativa. Esta herramienta se encaja de toda la información de la imagen, y relaciones afuera de

la organización. Incluyendo la comunicación de las ideas y objetivos de la empresa, la distribución de detalles que se quiere hacer saber al público general. Lo que va en los medios, redes sociales y la conexión que genera con las personas.

La comunicación externa por lo tanto está encargada de la personalidad y las características de la marca y la comunicación que la institución maneja con las personas que conocen la organización desde un punto de vista público ya sea porque deciden utilizar sus servicios o productos o solo conozcan de la existencia de ella.

En el caso del centro cultural, Qüid Espacio de Co – Creación, se utilizan ambas formas de comunicación. La comunicación interna permite que todo el equipo se identifique con la marca y trabaje bajo sus características. Mientras la comunicación externa permite que el público y comunidad seguidora pueda identificarse con lo que sucede en el centro cultural.

Ambos modelos de comunicación facilitan el proceso para cumplir las metas y objetivos que propone el concepto de El Qüid en cuanto a su compromiso con la educación, comunidad y cultura.

4.8 GENERACIÓN DE CONTENIDO

La generación de contenido es según Castro (2012) en el artículo “La Generación de Contenido” para la revista digital Puro Marketing, explica: “no es otra cosa que transmitir información que tiene como origen un individuo concreto y se dirige hacia los demás de manera que el conocimiento fluya en una sociedad, mercado o grupo.”

Es decir, la generación de contenido es la acción de incluir al público en general en la información acerca de una marca. En este caso, las personas desean conocer qué hace la marca, en qué consiste y cómo ellos pueden encontrar utilidad en la

marca, y la generación de contenido busca responder esas preguntas por medio de primero llamar la atención de la persona y luego informarla.

Castro (2012) también afirma que uno de los puntos finales de la generación de contenido es transmitir ideas a quienes conocen o no de la marca, y la función cumple todas las funciones si se logra con esa información interesar a la persona en interactuar con el producto o servicio.

La generación de contenido es un término que se maneja más que todo en los medios de comunicación y las redes sociales, esta debe ser una constante ya que entre manejo de contenido se tenga, es mejor para el cliente mantenerse informado, para la empresa que genere una personalidad. Prácticamente si una organización no genera contenido de comunicación e información es una marca que quedará pronto olvidada.

4.9 DOCUMENTACIÓN AUDIOVISUAL

La producción y documentación audiovisual según del Valle (2003) define la documentación audiovisual como la serie de documental que registran cine, video, fotografías, gráficos, entre otros. Estas producciones son un soporte de información. Son obras que son reproducibles, que tiene como propósito la comunicación del contenido.

Al analizar la definición de del Valle (2003) se puede concluir que la documentación audiovisual pueden ser fotos, gráficos y videos que registran algún evento de información que desea comunicarse como un soporte a un mensaje de comunicación. Es decir, el mensaje está acompañado de estos elementos anteriormente mencionados. Estas técnicas son herramientas principales para la generación de contenido ya que ofrecen información relevante acompañada de elemento que son atractivos a la atención de las personas, usualmente interactivos y dinámicos.

La documentación audiovisual también ofrece una descripción gráfica de mensajes, lo cual es un formato mucho más accesible a la digestión de comunicación y la realización de ellos requieren de un conocimiento técnico para poder crear material de calidad.

4.10 ¿POR QUÉ UN COMUNICADOR PUEDE TRABAJAR EN LA GESTIÓN CULTURAL?

La comunicación es el acceso que tienen las personas al desarrollo individual y social. En base al apartado que menciona que es la cultura y cómo se relaciona la comunicación y la cultura, es importante la intervención de un comunicador o comunicadora porque como parte del crecimiento intelectual colectivo alguien tiene que saber cómo hacer llegar ese conocimiento.

Alguien debe ser el intermediario de la comunicación y la cultura compartiendo y orientando esas ideas a las personas que buscan de ellas.

La responsabilidad de la comunicadora o el comunicador en lo cultural también incluye conocer cómo el contexto y la actualidad influye en la producción de la cultural, porque al igual que la comunicación se auto genera por medio de las personas y su cotidianidad. El estudio social es importante para la gestión de ambas y en este caso, la gestión cultural y la comunicación se complementan la una con la otra.

Se tiene también la responsabilidad de generar diálogo, que es una característica importante de los y las comunicadoras. Tener la habilidad de conocer varios puntos de vista, diferentes realidades y ponerlas a conocer y a la discusión sana para comprender cómo funciona una sociedad y como cada una de las personas individuales crean de sí su propia comunicación y su propia cultura.

Estos elementos mencionados representan una de las razones por las que es importante que la comunicación no sea separada de la cultura, y que tampoco la cultural sea separada de la comunicación porque ambas se complementan, y ambas se necesitan para seguir generando grupos de personas con un pensamiento crítico, con el deseo de una recreación personal.

La cultura es la esencia de la formación humana por lo que debe velar por que se reproduzca y la calidad de cultura sea un precedente para la calidad y bienestar de quienes la consuman por medio del arte. Por lo que la labor de un comunicador o comunicadora profesional debe ser conocerla, promocionarla, cuidarla y aprender sobre ella constantemente para que la finalidad de culturizar, educar, compartir y crear comunidad sea cumplida en su mejor forma.

El curso de Gestión Cultural es parte del noveno ciclo de la carrera de Ciencias de la Comunicación, como parte de las opciones de curso electivo II. (Anexo)

V. INFORME DE PRÁCTICA

Durante las prácticas supervisadas, el objetivo era aprender acerca de la producción audiovisual y la gestión cultural. De esta forma la meta era lograr poner en práctica varias de las herramientas que la carrera de Ciencias de la Comunicación deja en sus alumnos.

El deseo de realizar las prácticas cerca de la gestión cultural, nació a partir del curso electivo de la carrera llamado Gestión Cultural impartido por el Doctor Miguel Flores en la Universidad Rafael Landívar. Al recibir este curso señaló la belleza de la cultura, lo importante de una cultura desarrollada en el país, y la necesidad de estar cerca de la creación intelectual.

Como se aprende a lo largo de la carrera, la comunicación es fundamental para muchos ámbitos y uno de los aspectos más importantes es aprender el manejo de la misma ante diferentes contextos. La experiencia de prácticas era necesaria para comprender en qué punto era que la gestión cultural y la comunicación se unían y cómo se generaba.

También uno de los intereses principales antes de ingresar a la universidad era todo lo relacionado con la producción audiovisual. Al recibir los cursos asignados del pensum, el gusto por este tema iba creciendo, por lo que en la oportunidad de prácticas era importante tener la experiencia de adaptar materiales audiovisuales a diferentes situaciones. Era importante hacer el ejercicio de ambos intereses para poder aprender y experimentar los procesos en la labor real.

El departamento asignado durante las prácticas tiene a su cargo realización de cada evento en todas las etapas, desde la planificación, el nombre que llevará el evento, los elementos necesarios para llevar el trabajo correctamente hasta la documentación de los sucesos dentro los eventos tanto en fotografías, o en

audiovisual si es necesario. Este material se debe de utilizar para generación de contenido en las plataformas de comunicación.

En este departamento también se contempla la distribución a lo largo del mes de las actividades, para balancear fechas durante el mes con eventos que sean accesibles, interesantes y enriquecedores tanto como para la agenda del centro cultural y para los participantes.

FOTOGRAFÍAS PARA KAMAKU

Una de las primeras actividades realizadas, fue la documentación en fotografía para el estudio Kamaku. Este es un estudio multidisciplinario de diseño, arquitectura y visuales que recientemente trabajó remodelaciones y construcciones de espacio. Este estudio es fundado por los supervisores de prácticas, quienes en esta oportunidad deseaban una serie de fotografías de tres espacios que habían sido diseñados por ellos.

La responsabilidad asignada, era visitar cada locación. Con las referencias que los supervisores previamente habían discutido con la practicante, se fotografiaban los detalles y aspectos deseados de cada espacio. Los espacios visitados para esta primera actividad fueron: Wok and Tok de Zona 1, Pizzería L'Aperó, en Zona 4 – Cuatro Grados Norte, FS Richard en Avia Zona 10.

Cada uno de los lugares visitados tenía diferentes características que resaltar, empezando por el proyecto de Zona 1, el restaurante Wok & Tok. Fue diseñado por los supervisores Mariana Recinos y Ernesto Morales, este espacio había sido recién abierto al público.

En el caso de este restaurante, querían que las fotografías capturaran el balance de un restaurante urbano pero sofisticado con un ritmo diferente al de la ciudad, sin perder el toque de comida asiática. El diseño del restaurante contaba con cajas de

luz, mobiliario de madera y una paleta de colores negro, blanco y rojo. El sistema de iluminación también era importante a la hora de crear las fotografías del espacio.

Muestra de la serie de fotografías de Wok & Tok para Kamaku, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



Mazariegos, S. (2017) Wok & Toc [Fotografía]
Recuperado de:
<https://practicantsofiaarenee.tumblr.com/>



Mazariegos, S. (2017). Wok & Toc. [Fotografía]
Recuperado de:
<https://practicantsofiaarenee.tumblr.com/>

El siguiente proyecto también diseñado por los arquitectos de Kamaku, fue L'Apero en Zona 4 en Cuatro Grados Norte. La pizzería les había solicitado un espacio nuevo y rediseñado para un concepto ya que es bastante conocido. Un espacio del local con el que contaba estaba en cierre temporal, por lo que otro espacio fue habilitado para continuar con el funcionamiento normal del restaurante.

Esta era la adaptación a un nuevo espacio. En esta locación se requirió captar detalles de las sillas, iluminación y trabajos de combinación de mesas. Detalles de acabados en todo el restaurante.

Contaban con bombillas nuevas y especiales que era parte de las texturas y colores que conformaban la estética planificada.

Muestra de la serie de fotografías de L'Aperó para Kamaku, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



Mazariegos, S. (2017). L'Aperó. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com/>

El último proyecto que estaba pendiente de la arquitectura de Kamaku, era una tienda instalada en el nuevo centro comercial y empresarial AVIA en Zona 10. Este proyecto fue hecho por Kamaku desde el proceso de diseño.

Consistía en una sucursal de FS Richard una prestigiosa marca de joyería en Guatemala. La nueva tienda contaba con una paleta en colores fríos, detalles destacables de iluminación y de vitrinas. Jugaba con texturas en las paredes con detalles de vidrio y espejos.

Muestra de la serie de fotografías de FS Richard para Kamaku, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



*Mazariegos, S. (2017). FS RICAHRD [Fotografía]
Recuperado de:
<https://practicantsofiaarenee.tumblr.com/>*

CONSTRUCCIÓN DE LA PÁGINA WEB

Al iniciar las prácticas se conocieron las diferentes plataformas del centro cultural. El Qüid cuenta con página de Facebook, usuario de Twitter, Instagram, correo electrónico, YouTube y una página web. Los usuarios son:

Facebook: Quid Espacio de Co – Creación

Twitter: Quid_GT

Instagram: Quid_GT

Correo: hola@venitealquid.com

YouTube: Quid Guatemala

Página web: www.venitealquid.com

Al revisar las plataformas existentes, la página web aún tenía información de la ubicación pasada, tenía datos que necesitaban modificarse y tarifas que debían actualizarse. Por lo tanto, se inició un proceso de remodelación en la página web.

Se empezó por escoger un diseño para la página el cual fuera amigable con la información que se quería colocar. Al haber escogido y aprobado el formato, se colocó la información en orden acerca de los servicios que se ofrecen en El Qüid, los espacios disponibles, la nueva ubicación con los nuevos contactos como el teléfono y dirección.

Como parte de los espacios disponibles se diseñó un apartado en el cual la persona interesada podría registrarse y pedir más información o bien pedir un pase por un día para conocer el espacio. Todo mediante la plataforma web con el objetivo de que se generara tráfico por este medio y que se tuviera un acceso simple a la información del centro cultural.

En esta página web se construyó un espacio en el que se puede ver quiénes son parte del equipo y quiénes alquilan espacio actualmente. También se hizo un apartado para promover los eventos del mes y los eventos que habían pasado.

Como para cualquier interacción en el internet y en web es esencial que se cuente con contenido dinámico y agradable visualmente. Por lo que aparte del diseño del contenido de la web también se trabajaron fotografías, gifs y un video.

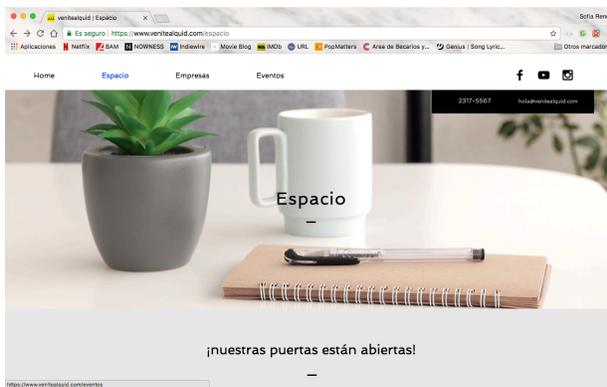
Para la introducción de la página se trabajó un video, en el cual se situaba el bordado del logo del Qüid sostenido por una mano, que se perdía de enfoque y regresaba al enfoque normal en donde se lee claramente el nombre del centro cultural. Este fue grabado con fondo de hojas y árboles dando así la sensación de frescura y un espacio abierto.

Este video fue editado con diferentes filtros para efectos de color el video con diferentes tonalidades cálidas. Se copió el clip dos veces para que se creara un "loop" (es decir una repetición continua) y el video encajara al terminar y al empezar.

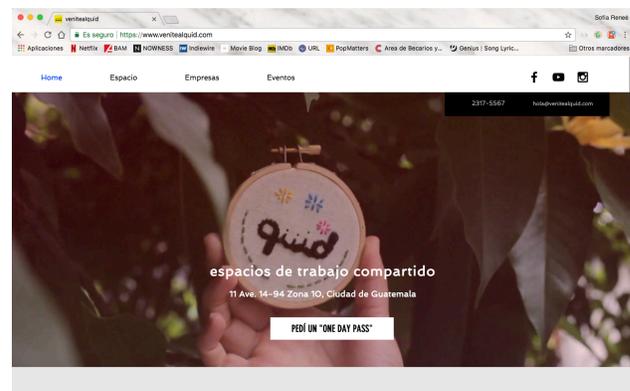
El video dura un total de 10 segundos ya que debía ser un documento ligero para que la portada cargara rápido al visitar la página.

A parte del video, cada apartado de la página web necesitaba apoyo visual y gráfico por lo que se trabajaron series de fotos en las cuales se mostraran los diferentes ambientes. Como por ejemplo fotografías de la sala de reunión, fotografías del jardín y de los espacios de trabajo compartido. Estas se tomaron, fueron editadas y colocadas en los diferentes apartados de la página oficial.

Muestra de la serie de fotografías de Wok & Tok para Kamaku, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com y en la página de El Qüid: www.venitealquid.com



Mazariegos, S. (2017) Página Web. [Fotografía] Recuperado de: www.venitealquid.com



Mazariegos, S. (2017). Página Web. [Fotografía] Recuperado de: www.venitealquid.com/

En el apartado de información del actual equipo de El Qüid y de las personas que eran parte de quienes alquilaban espacio, se crearon una serie de videos en los cuales cada miembro del espacio hacía un movimiento, y al cargar la página cargaban las fotos con movimiento. Si este formato no era apto para la página web se tomaron fotografías como otra opción.

A parte de las fotos se pidió una descripción breve a cada persona para armar un perfil de ellos/ellas y de su empresa, el logo de su proyecto y la información de

contacto para aportar a su imagen. Parte del material que se trabajó para la página web también fue utilizado en redes sociales para generar contenido, sobre todo en Instagram.

Luego de trabajar todo el material visual necesario y los interactivos, se compartió la página de internet para hacer las pruebas antes de la publicación. En la cual se corroboró el funcionamiento de cada apartado y de cada segmento de información. Una vez la página web fue aprobada, se publicó y compartió en redes sociales para que el público conociera más acerca de los cambios que se habían realizado últimamente y de lo que estaba planificado como agenda cultural.

ENCUADERNACIÓN ARTESANAL

Al actualizar la página de internet, enviaron un mensaje de propuesta. Alejandro Sandoval quien trabaja diferentes técnicas de encuadernación artesanal y producción de papel reciclado ofreció de su experiencia y servicios para crear un taller.

Al presentar la propuesta a los supervisores se creyó que sería una buena idea para incluir en la agenda. El material de Alejandro era bastante prometedor, así que se habló con él para acordar precios, horarios y materiales necesarios para crear una nueva actividad. Se concluyó que se efectuaría el taller y la primera técnica a aprender sería la Técnica de Bradel.

Al organizar la técnica que sería trabajada en el taller, se habló del material que sería necesario y cómo se conseguiría. Una vez establecido ese proceso de materiales se procedió a crear el evento en redes sociales y a la promoción. Una vez fue creado esto, se empezó a contactar a personas que mostraron interés, se les respondió dudas y recibieron inscripciones hasta llenar los cupos.

Se estuvieron programando en redes publicaciones para la promoción del taller, por

diseños creados por los supervisores, cualquier duda en redes sociales era respondida y manejada por la practicante al igual que el manejo de los espacios aún disponibles para el taller.

El día del evento, se tuvo un percance. El instructor había sido asaltado, en cuanto tuvo la posibilidad de contactarse con el equipo del Qüid, vía correo electrónico, se tuvo que buscar una solución y ponerla en marcha. El plan consistió en esperar a que llegaran todos los participantes del taller, (ya que algunos ya habían llegado para la hora que el instructor avisó), y acordar una nueva fecha entre todos.

Se acordó la fecha para la semana siguiente, solo una persona tenía inconveniente con la fecha por un viaje que tenía, por lo que se le ofreció una clase privada programada para un día entre semana, a lo cual accedió sin problema alguno.

Para la siguiente semana el taller fue nuevamente comunicado por correo electrónico a los participantes originales.

Antes del día del evento se coordinó con el restaurante Ocho15, Taller Culinario para contar con un menú de presupuesto de Q30 para quienes participaran en el taller como parte lo que iba incluido en el precio total de la actividad. Al confirmar el menú se coordinó junto con ellos la cantidad de almuerzos.

Antes del día del evento, se realizó el montaje con mesas y sillas. Se les preparó una botella de agua, con el logo de El Qüid. Al día siguiente se empezó el evento con unas palabras de bienvenida y una breve presentación de más eventos y de la agenda de la actividad.

Al iniciar el taller se hizo cobertura en redes sociales, sobre todo Instagram. Mientras no se publicaba en Instagram, se tomaban fotografías para crear una serie de fotos después, y videos para una edición después del evento para publicar en redes.

Al finalizar el evento se recolectaron datos de quienes habían participado con el fin de enviarles una encuesta y darles seguimientos a sus opiniones para mejorar la dinámica y actividad de talleres en el Qüid. La encuesta fue creada por medio de una herramienta web después de realizado el evento y enviada a sus correos electrónicos. La recepción del público fue positiva hacia todos los aspectos de la actividad.

Muestra de la serie de fotografías de Encuadernación artesanal, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com junto con el video.



Mazariegos, S. (2017). Encuadernación Artesanal [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com/>



Mazariegos, S. (2017). Encuadernación Artesanal [Fotografía] Recuperado de: https://practicantsofiaarenee.tumblr.com

SIGILOSA: BUBÓ

El Qüid tiene un evento secreto llamado Sigilosa. Este evento consiste en crear espacios para la expresión artística, específicamente de música de talento local. En la búsqueda de más artistas surgió Bubó quien es un cantautor que recién presentaba su material “Loco Enamorado”, para contactarlo se redactó el concepto del evento y se le envió una propuesta formal:

“Hemos estado viendo que estás lanzando tu música. Nos gustaría invitarte a Sigilosa en el Qüid. Sigilosa es una plataforma de exposición musical a puerta cerrada que hacemos una vez al mes, de forma secreta. Buscamos talento local y alternativo para presentar en una atmósfera íntima en contacto directo de

público/artista de aproximadamente 20 personas. Toda la comunicación la manejamos con quienes se han registrado en la página e invitaciones directos. Es una presentación acústica con un ambiente acogedor.”

Una vez se recibió respuesta del artista, se coordinó el manejo de sonido, el manejo de qué iban a necesitar en día de la presentación y requerimientos especiales del artista que se iba a recibir. También se enviaron invitaciones especiales a contactos que el artista quería invitar al evento. Luego se enviaron el resto invitaciones para tener un total de 20 – 25 invitados.

El día del evento se preparó el espacio para el concierto. Se montó un escenario con luces y se hizo prueba de sonido antes y después de que llegara el artista. El espacio se acomodó con petates mandado a hacer específicamente para el evento, sillas en la parte de atrás. Se coordinó la compra de bebidas para tener en venta el día del evento, así como se coordinó con el restaurante que estuviese abierto ese día y se prepararan menús especiales para compartir.

Una vez la logística y montaje estaban completados se recibió al público con una admisión de Q20 que ya incluía la bebida.

Para este evento se dio una breve presentación del artista de El Qüid como espacio de cultura, y Sigilosa como evento. Al iniciar el evento, se vendieron bebidas, comida, el artista se presentó, conversó desde el escenario con el público. Mientras todo el proceso estaba siendo documentado por medio de fotografías y live en redes sociales como Facebook e Instagram.

Muestra de la serie de fotografías de Encuadernación artesanal, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com junto con el video.



Mazariegos, S. (2017). Bubó. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantesofiaarenee.tumblr.com>

CEMACO Y SHERWIN WILLIAMS

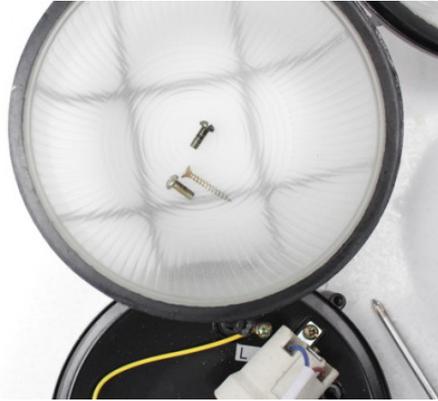
A Inicios del año, Mariana Recinos contactó a Cemaco para una posible alianza de marcas. Durante el proceso de mudanza la alianza no había sido aún utilizada, por lo que una de las tareas de prácticas era encontrar algún uso a esa conexión.

Se consideró una buena idea remodelar el patio trasero de la casa cultural, por lo que se creó una propuesta formal con imágenes de la remodelación posible con la ayuda de Cemaco, la practicante estuvo encargada de la comunicación con la representante de Cemaco para hablar sobre dudas y detalles acerca del proyecto.

Junto a Cemaco se estuvo trabajando una propuesta de comunicación en redes que incluyó menciones en redes sociales, fotografías y un video final de toda la experiencia. Al confirmar el patrocinio Sherwin Williams y Cemaco y recoger los productos junto con los supervisores, se trabajaron las fotografías del material y del proceso de remodelación, y al mismo tiempo el video.

Por último, se creó la edición del video final el cual se publicó en el canal de El Qüid y en las redes sociales y se compartió con Cemaco.

Muestra de la serie de fotografías de Cemaco y Sherwin Williams, la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



Mazariegos, S. (2017). Cemaco. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com>



Mazariegos, S. (2017). Cemaco. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com>

EL ALTAVOZ DEL QUID: PLAY

El evento del Altavoz, se basa en una estructura anterior de evento que se realizó en ediciones pasadas cuando aún estaban en Zona 4. Al discutir la agenda cultural del mes se buscaban eventos que invitaran a dialogar, como idea surgió la discusión de la industria audiovisual en Guatemala, la propuesta fue aceptada y el evento se empezó a organizar.

Se buscaron a diferentes personajes emergentes con proyectos audiovisuales interesantes, los cuales pudieran hablar de su experiencia trabajando en este campo en Guatemala, se buscó también alguien que fuese encargado de ambientar con música al finalizar el panel de discusión y una persona que lo moderara.

Se escribieron invitaciones directas a cada uno de los participantes, explicándoles la dinámica de su participación. Al tener a los participantes confirmados con una

foto y un comentario breve acerca de su trabajo, se creó el evento y este material fue utilizado para seguir la promoción y actualización del evento.

Antes de realizar el evento se discutió y creó una línea de batería de preguntas curada junto a Alejandro Marré quien fue el moderador invitado para el evento.

Para este evento se convocó al restaurante Ocho15, el bar de bebidas de El Qüid, a Fernando Franco como el DJ. El moderador fue Alejandro Marré reconocido artista y poeta guatemalteco. El panel consistía de Gaby Ríos, Charlie Quezada y Alejandra Zamora, Javier Borrayo, Estuardo Torres, Stephanie Falla, Camila Camaleón y Chris Kummerfeldt.

Previo al evento se preparó el montaje de sillas, escenario, y sonido. Agua para cada uno de los participantes. Durante el conversatorio se trabajó la documentación por medio de fotografía que se estarían publicando después en Facebook e Instagram.

Muestra de la serie de fotografías de El Altavoz del Qüid: PLAY la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



*Mazariegos, S. (2017). El Altavoz del Qüid: PLAY. [Fotografía]
Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com>*

METAMORFOSIS TEXTIL: X EDITION

Metamorfosis Textil es un proyecto que reúne una serie de talleres que invitan a aprender acerca de la manipulación textil. Estos proyectos desde sus inicios han sido trabajados con Meüs, una marca guatemalteca especializada en la manipulación textil, bordado, tejido, entre otras. La directora de esta marca, Sofía Contreras es la encargada de dar los talleres.

El concepto y objetivo de estos talleres es que se regrese o se descubra el gusto por el trabajo manual y la creación, así como de motivar a ser más creativos y conocer más de la cultura textil.

En ediciones anteriores, Metamorfosis Textil ha trabajado bordado, tejido horizontal, tejido circular, macramé, entre otras. En esta ocasión se presentaba la décima edición de los workshops, por lo que se decidió hacer una edición especial llamada X EDITION.

Nelly Rose, estaba de visita en Guatemala trabajando una colección con Sofía Contreras Paredes de Meüs. Al conocer más del proyecto del Qüid y visitar, se tuvo la idea con Sofía de crear e incluirla como parte del décimo taller. Se planteó un concepto de construcción de estampados y unificación de diseños. Al decidir qué se impartiría y los materiales necesarios se organizó el evento y la convocatoria.

Se creó un documento con toda la información incluyendo los perfiles de las diseñadoras que impartieron el curso. Luego se continuó con la promoción y pauta en redes sociales hasta agotar el cupo.

Para este evento se trabajó el montaje un día antes incluyendo el espacio para una presentación en cañonera. Durante el evento se dio una breve introducción y bienvenida a lo que se dirigió el taller. Una vez iniciado el taller, se trabajó en el área de la comunicación durante el evento en redes sociales, las fotografías y la

producción del video, el cual sería editado y luego colocado en plataformas de comunicación.

Al igual que el taller de encuadernación se creó una encuesta para darle el seguimiento correcto al evento y crear el margen para mejorar los eventos.

Muestra de la serie de fotografías de Metamorfosis Textil: X EDITION la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantesofiaarenee.tumblr.com



Mazariegos, S. (2017). *Metamorfosis Textil: X EDITION*. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantesofiaarenee.tumblr.com>



Mazariegos, S. (2017). *Metamorfosis Textil: X EDITION*. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantesofiaarenee.tumblr.com>

SOCIETAS

Sofía Contreras con su marca y plataforma Meüs decidieron trabajar una colección colaborativa con Globelle de Londres. Parte de las diferentes etapas de la construcción del proyecto era documentar el proceso y el trabajo que va en una colección de moda de “slow fashion” en colaboración con cooperativas textiles en Guatemala.

Sofía Contreras y Nelly Rose presentaron una propuesta para documentar el viaje a la practicante. La documentación consistía en entrevistas, visitas a tres diferentes departamentos de Guatemala, la comunicación en redes, generación de contenido y fotografías.

Durante cuatro días divididos en dos semanas para no descuidar el trabajo pendiente en El Qüid se viajó dentro de Guatemala a tres diferentes departamentos; Quiché, Quetzaltenango y Sololá. En estos tres diferentes lugares se trabajaban tres técnicas diferentes. En las cuales se tenían que entrevistar desde la técnica que utilizaban hasta el motivo por cuál son artesanos y artesanas.

A ambas creadoras del proyecto en ocasiones anteriores se les indicó que quién realizaba las prácticas en El Qüid era productora audiovisual y que contaba con socios, en el caso de este documental, Mariano Rodríguez egresado de la Universidad Rafael Landívar también de Ciencias de la Comunicación fue parte del desarrollo del documental para que hubiese suficiente material.

Se creó desde la parte de la pre producción, desde qué debía de grabarse, las preguntas que debían hacerse y el enfoque del documental en conjunto con la visión y objetivo de Societas. Esto también incluía toda la logística y manejo de tiempo en los diferentes departamentos y las personalidades de las cooperativas al describirse en el material final.

La producción consistía en ir a la visita a las cooperativas aprender profundamente de ellas y lograr plasmar todo el conocimiento, trabajo y esencia que va dentro la creación de las artesanías, el arte y las artesanas. Tanto quienes trabajan directamente en el tema como quienes son clientes directos y quienes han tenido la oportunidad de hacer un análisis profundo de la manipulación y artesanía en Guatemala.

Durante el proceso de post producción se editó el documental, el cual se estará presentando en diferentes plataformas una de ellas, la semana de moda en Guatemala de Mercedes Benz, y en Londres en diferentes festivales también dirigidos a la misma industria.

Muestra de la serie de fotografías de SOCIETAS la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



Mazariegos, S. (2017). Societas. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com>



Mazariegos, S. (2017). Societas. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com>

PONER MURAL AQUÍ

El Qüid siempre se ha caracterizado por su ambiente jovial y su energía. Su gusto por la intervención del arte más que todo urbano. Durante el tiempo que han estado operando, El Qüid ha creado muchas conexiones con artistas emergentes y reconocidos. En este caso se creyó que sería un buen aporte al nuevo espacio de Zona 10, un mural.

Para esto se invitaron a cuatro artistas a crear el rótulo que diría Qüid al entrar a la casa. Por lo tanto, debían ser artistas de confianza y que se conociera que su estilo de trabajo era bueno como para dejarlo como el rótulo oficial, y lo primero que se ve al entrar a la casa. Se discutió toda una paleta de colores que quedó en celeste, amarillo y negro.

Una vez se contactaron a los artistas, Baiolux, KuulKidd, MrKrazyMan y Kebin se les describió el proyecto y se les preguntó tanto como qué necesitarían hasta qué diseños tenían pensados o que tema les gustaría utilizar para el rótulo. En este caso KuulKidd estaba invitado al evento como el que estaría compartiendo de música.

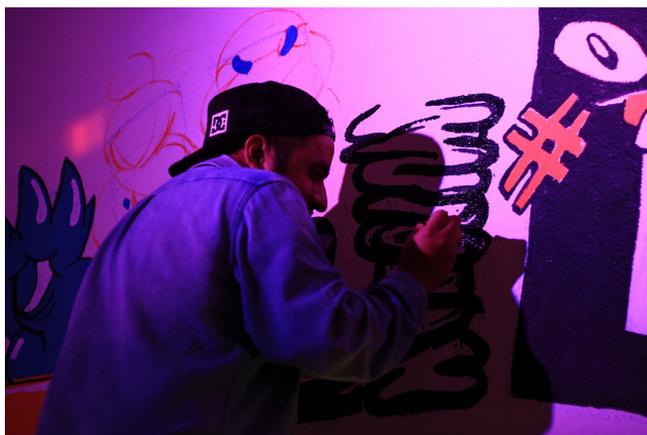
Cuando se confirmaron a los artistas, se creó la convocatorita del evento, se promocionó. Luego de la promoción en redes sociales se pudo contactar con Radio Infinita para poder en uno de sus programas llamado Señor Sonido, transmitido todos los jueves, que se mencionara la actividad dos veces durante dos jueves.

El día del evento se hizo un montaje especial en el cual se les armaron kits para los artistas con brochas y pinceles. Se montaron dos escaleras, y un plástico especial que no permitían que se manchara el piso. Se montó el sonido, y la barra. Se coordinó con el restaurante para ofrecer un menú especial.

Al iniciar se tomaron fotografías de todo el proceso, el DJ KuulKidd preguntó si era posible ser parte también de la intervención del mural y se le autorizó el permiso por lo que eran cuatro artistas diferentes.

Durante el evento también se le dio seguimiento en redes sociales tanto en Facebook como en Instagram. Luego de la documentación por fotografías estas se editaron y subieron a las redes sociales y se compartieron con los artistas.

Muestra de la serie de fotografías de Poner Mural Aquí la colección completa se puede encontrar en el blog de las prácticas: practicantsofiaarenee.tumblr.com



Mazariegos, S. (2017). Poner Mural Aquí. [Fotografía] Recuperado de: <https://practicantsofiaarenee.tumblr.com>

Las responsabilidades que se trabajaron a lo largo del periodo de prácticas estuvieron acorde a los planes iniciales. Hubo algunas actividades agregadas a las descripciones las cuales ayudaron a entender de mejor forma la comunicación y la cultural. Algunas de las actividades adicionales o no producidas con el Qüid fueron las siguientes:

Durante la primera semana se trabajó un proyecto que no era bajo la marca de Qüid, Espacio de Co – Creación, pero fue trabajada bajo la marca de los supervisores Ernesto y Mariana en su firma de arquitectura, Kamaku. Que consistió en tomar fotografías para su página de internet. Lo que dejó la experiencia de fotografía de arquitectura, la cual no se había tenido la oportunidad de aprender anteriormente.

Una de las actividades agregadas fue promocionar el espacio y su información. Tanto hablar con personas interesadas y resolver sus dudas acerca de los servicios que El Qüid podría prestar hasta recibir visitas de quienes estuviesen interesados en rentar espacios de estudio o de tiempo compartido y ofrecerles membresías de acuerdo a sus necesidades.

Otra actividad que no había sido contemplada en el plan inicial era el contacto y mantenimiento de público. Se modificó y ordenó la base de datos que El Qüid tenía de tal forma que se pudieran enviar “newsletters” con actividades y servicios ofrecidos por el centro cultural a diferentes públicos específicos. Dependiendo de qué información fuese.

Se creó también un formulario que se colocó en Facebook para que los nuevos seguidores y público interesado pudieran suscribirse a este medio de comunicación vía correo electrónico, con los temas que más les interesaran acerca del espacio.

V. REFLEXIÓN SOBRE LA EXPERIENCIA

Las prácticas supervisadas fueron una experiencia favorecedora. Esta es una oportunidad que la institución educativa ofrece a los estudiantes para que tengan una prueba del mundo profesional y que lo aprendido en la academia coincida con lo que se encontrará después de la graduación. Se tuvo la oportunidad de vivir varios escenarios de los cuales se conservará mucho conocimiento.

EXPERIENCIAS NUEVAS

Varias de estas situaciones y detalles vividos durante el periodo de prácticas son aplicables para el futuro de la vida profesional, por ejemplo, se manejó por primera vez una alianza de marcas. El Qüid se alió con Cemaco y Sherwin Williams por lo que se tuvo que crear un plan de comunicación.

Este plan de comunicación era el primero que se creaba fuera de la Universidad. Es decir, era la primera vez que se practicaba este ejercicio en la vida profesional. Al crear este plan debía tomarse en cuenta que era un patrocinio y combinar mensajes tanto de la personalidad de marca de Cemaco como la personalidad de marca del Qüid.

Debía promocionarse en las redes sociales, Facebook, Instagram y YouTube. El plan de comunicación fue diseñado para que periódicamente se mencionaran las marcas patrocinadoras por medio de fotografías del proceso de remodelación del jardín gracias a los patrocinios y un material audiovisual al finalizar todo el proceso.

Se manejaba una agenda de actividades cada vez que se hacía alguna remodelación y debía crearse contenido de documentación, escribir una descripción adecuada que hiciera mención a ambas marcas y que no se perdiera la esencia de comunicación del Qüid.

Todas las actividades relacionadas con esta alianza y patrocinio marcharon en orden, y al finalizar el plan de comunicación, se les compartió el video el cual mostraba el proceso de lo que se hizo con el patrocinio. También se le ofreció al centro cultural más colaboraciones para el resto del año.

Otras de las situaciones, fue la comunicación de imprevistos y accidentes. En una ocasión para el taller de encuadernación artesanal, se tenía vista una fecha, 24 de junio. Cada una de las personas inscritas para este taller reservaron su cupo y llegaron a tiempo para el evento. Al recibir a los participantes, se recibió un correo de la persona que impartiría el taller, avisando a los miembros del Qüid, que había sido parte de un asalto y que no iba a poder impartir el taller.

Por lo tanto, se tuvieron que tomar varias decisiones: Esperar que los asistentes terminaran de llegar para poder comunicarles lo que había sucedido. Concretar una segunda fecha del taller y que todos pudieran en la misma. Asegurar que el incidente no fuese a tener ninguna repercusión negativa en redes sociales para la marca de Qüid.

Al llegar todos los asistentes, se les informó de lo que había sucedido, algunas de las personas se mostraron molestas, pero al explicarles la razón todos fueron bastante abiertos y comprensivos a buscar una nueva fecha que encajara bien para todos, por lo que el taller se dejó para el 1 de julio. Solo una persona tenía inconveniente con la fecha acordada por lo que se sugirió una fecha para una clase privada. A lo cual accedió sin ningún problema.

Por último, se le habló a todo el grupo indicando que se lamentaban los hechos ocurridos y que el equipo del Qüid estaba dispuestos a escuchar alguna otra sugerencia en caso no estuviesen de acuerdo con el cambio de planes. Para ventaja del Qüid, no hubo ninguna queja y ningún inconveniente más.

Una vez el evento se llevó a cabo, se publicaron las fotografías y el video en la página oficial del Qüid en Facebook y en Instagram, la comunicación recibió una respuesta positiva, ya que hubo varias personas que preguntaron por más fechas de eventos similares.

Parte de la organización de eventos como el taller de encuadernación artesanal, surgieron a lo largo de los meses de prácticas por lo que se sugirió que previamente se hiciera una junta para planificar el mes.

Los miembros del Qüid tenían una agenda cultural que se creaba durante el mes, mientras se hizo el proceso de prácticas, se intentó crear la agenda cultural con mayor anticipación, para la organización de cada evento.

La organización de la agenda aportó mucho de experiencia y conocimiento ya que se aprendió de los elementos necesarios para la gestión cultural. Por ejemplo, se aprendió de curaduría para eventos relacionados con arte. Curaduría, refiriéndose al proceso de valoración, manejo, preparación desde el concepto y administración del mismo arte.

APRENDIZAJE ACADÉMICO APLICADO

En esta oportunidad de prácticas convergen los valores y lecciones que se estudiaron durante los cinco años de carrera, aplicados a diferentes situaciones que serán cotidianas a futuro. Varias de las clases que cubre el pensum de Ciencias de la Comunicación fueron una preparación adecuada al campo laboral.

Expresión Oral es un curso por la Universidad Rafael Landívar, en el primer año y primer semestre de Ciencias de la Comunicación. Este curso permite que los alumnos y alumnas tengan desarrollo en habilidades de comunicación, tanto verbales como no verbales.

En este curso se aprende como tener una comunicación efectiva, vocabulario para lograr transmitir ideas de forma sencilla, pronunciaciones correctas y uno de los factores más importantes que es perder el miedo de expresarse frente a diferentes públicos, personas, cámaras y situaciones.

Al iniciar las prácticas estas habilidades fueron fundamentales para lograr comunicarse con artistas que serían parte de las actividades de agenda cultural. También para lograr una buena comunicación con quienes fueron los supervisores, con las personas que asistían a los eventos.

En varias ocasiones, la practicante tuvo como responsabilidad dar la bienvenida general al evento, explicar cuál era el objetivo del mismo. Así mismo fue necesario para las visitas de las personas interesadas en comprar los servicios del Qüid y para quienes fueron patrocinadores de eventos.

Se incluye también en el pensum de la carrera, cursos en los que se aprende a crear producciones audiovisuales, como lo es discurso visual en primer año, y varias más a lo largo de la carrera. Estos cursos explican los procesos necesarios para crear un material audiovisual, desde la preproducción, la producción y la post producción cada una con las herramientas necesarias para que el video final sea un producto interesante y cumpla con los objetivos.

Durante las prácticas en el Qüid se produjeron un total de 5 materiales de audiovisuales. Uno para la página de internet, dos de eventos hechos en el Qüid, uno para los patrocinadores de Cemaco y Sherwin Williams y un documental en colaboración con Meüs. Cada uno de los videos tuvieron un proceso de planificación, en los cuales se establecía una idea a los supervisores y dependiendo a lo que se acordara se trabajaba.

Una de las ventajas, es que la practicante ya contaba con una cámara propia lo cual facilitaba el proceso de creación, así como con el programa de edición para la etapa de post producción. Contar con el equipo contribuyó a que se grabara material más seguido.

El fin de los videos de los eventos, en este caso de los talleres, era que se mostrara cuál era el proceso, la dinámica y el resultado final de las actividades realizadas en el centro cultural. Así al final se dejaba la invitación abierta para que los seguidores y comunidad estuviese pendiente de los siguientes proyectos similares.

También para las personas que asistieron a los eventos, siempre es un recuerdo agradable verse siendo parte de la comunidad del Qüid al compartir actividades diferentes, por último, la generación de contenido que muestra la importancia y beneficios de asistir a este tipo de talleres.

Como El Qüid tuvo un patrocinio con Cemaco y Sherwin Williams, parte de la estrategia y plan de comunicación de la alianza de marcas era crear un video.

El proceso del video se estuvo trabajando a lo largo de los meses de prácticas, porque se dividieron en diferentes actividades. Con el material que fue dado por las marcas patrocinadoras, se tuvieron que pintar bancos y sillas, pintar macetas y colocarles plantas y flores, instalaciones eléctricas de lámparas, entre otras. Cada vez que se trabajaban estas actividades se grababan y se tomaba fotos para tener contenido en fotografías y para el video final.

Una vez ya estaba el material completo, se editó todo en un mismo video que se publicó en redes y con los patrocinadores.

Durante el periodo de prácticas una oportunidad que se presentó, fue trabajar en un documental con una marca reconocida de diseño de modas, que buscaba productores audiovisuales para la documentación de su próxima línea de ropa. Este documental requería de una pre producción más exigente.

Por lo que se tuvieron reuniones que hablaban sobre referencias, horarios, objetivos y detalles importantes para la realización del documental, los días en total del rodaje fuera de la capital y luego el proceso de edición.

Esta fue una experiencia importante porque fue un acercamiento mucho más profesional a un proyecto que aún no se había tenido antes, al igual que nunca se había tenido la oportunidad de trabajar un documental, ni de trabajar un material audiovisual fuera de la capital. Todos los procesos que se hicieron durante la planificación de preproducción hasta post producción, fueron como se detallaron y enseñaron en los cursos relacionados con la producción audiovisual.

Lo que hizo que el conocimiento fuera llevado a práctica terminando en una experiencia que trajo mucho aprendizaje para futuro y en el mismo momento.

De la mano de la producción audiovisual, está la fotografía que es también uno de los temas que el pensum cubre en la carrera. La fotografía fue útil para la realización de las prácticas ya que era una de las fuentes principales para la generación de contenido. Se tomaron fotografías para eventos y del espacio para tener contenido suficiente en redes sociales y para proveer información a quienes estuvieran interesados en el lugar.

Varias de las fotografías que fueron capturadas en el Qüid fueron utilizadas para la construcción y publicación de la página web, así como para el contenido oficial en redes sociales e información de eventos.

Durante las prácticas también se aplicó lo que se aprendió en el curso de expresión escrita, este curso dejó en los alumnos una idea clara de cómo se debía redactar, los elementos que conllevan una buena redacción y una buena comunicación escrita.

Para comunicarse con el centro cultural la forma más efectiva era por medio de redes sociales, por eso era esencial conocer el manejo correcto y efectivo de estas vías.

Todos los cursos anteriores, se fusionan en lenguajes web. El cual también fue una de las habilidades aprendidas que fueron aplicadas en el ejercicio profesional. La redacción, el contenido visual, y el manejo de la comunicación en el mundo multimedia y tecnológico que se maneja hoy en día.

La forma en la cual se administraban las redes junto con el contenido y el mantenimiento que se le daba a cada plataforma también dependió de las habilidades desarrolladas por la practicante, que se pudieron manejar correctamente gracias a el estudio previo.

En estas clases, parte del contenido era comprender cada plataforma digital como individual y como cada una de estas plataformas tenía una forma diferente de funcionar para distintos resultados a la hora de la comunicación con la comunidad. El en caso de El Qüid, tenía cinco diferentes plataformas para manejar: Facebook, Instagram, Twitter, la página web y correo electrónico.

Cada una de estas cinco plataformas tenían diferentes funciones y contenidos para que la comunidad seguidora de la marca, no lo encontrara monótono y aburrido. Así como qué contenido era relevante para cada una, materiales (gifs, fotos, videos, encuestas, entre otras) que le agregaran dinamismo a la comunicación digital del Qüid.

Parte de crear materiales para las plataformas de comunicación, era el diseño y diagramación que también fueron temas y cursos que se recibieron a lo largo de la carrera, en lenguajes web y producción multimedia, se aprendieron a usar diferentes herramientas para la creación de contenido y en diagramación la forma correcta de distribuir información en estos materiales multimedia que eran el producto final de la comunicación del centro cultural.

Así mismo, de la promoción que se manejó en las plataformas de comunicación tenían que ver con lo que se aplicó del curso de publicidad. Ya que en este curso se aprendió a pensar en las necesidades del público objetivo para poder llegar a él fácilmente, y de la mejor forma para dejar los objetivos planteados como centro cultural.

La comunicación y la marca del Qüid presenta una comunicación y un carácter bastante distintivo. Esta identidad ha sido construida y reforzada por sus fundadores, por lo que la comunicación organizacional entra a experiencia durante

esta etapa, porque ayudó a entender el proceso de cómo la organización tiene características que cumple a la hora de organizar eventos, redactar textos, comunicarse con personas, entre otros procesos.

Una de las cosas más importantes al entrar al Qüid fue la relación de la practicante con la marca. Entender cuáles eran las características principales del centro cultural y adaptar esas características, hacerlas pilares y prioridades del trabajo para continuar con la construcción sólida de la marca.

Al continuar en la creación y mantenimiento de la personalidad de la marca, existen las relaciones publicas que fue un punto importante en la carrera que dejó en los estudiantes un valor de ser un profesional correcto y honesto. Al hablar una persona bajo el nombre de una marca, lo que sale de esa persona también se vuelve la identidad de la institución y viceversa lo que marca dice, también lo trasmite a sus colaboradores.

Por lo tanto, en el transcurso de los tres meses de prácticas se relacionó con varias personas dedicadas al ámbito artístico, cultural y creativo de Guatemala, que no solo dejó contactos, sino también buenas relaciones como centro cultural e individuales.

Se practicaron los valores vistos y aprendidos en clases como ética profesional y en deontología de la comunicación para mantener una relación cordial con todas las personas que tenían relación con la practicante y el espacio cultural.

Por último, los cursos de Culturas y Diversidad, Gestión Cultural (electivo), Arte Contemporáneo (electivo), fueron los cursos más influyentes de la licenciatura. En cada uno de estos cursos se conoció el contexto guatemalteco de cada ámbito profesional. También el motivo y el objetivo de la cultura en Guatemala y por qué debe promoverse más y practicarse más.

También estos cursos dejan en los estudiantes la oportunidad de seguir aprendiendo y recibiendo información acerca del arte desde un punto de vista crítico al igual que el de la cultura. Al momento de tener un contacto cercano con el arte

también se recurrió a las clases de semiótica que es una herramienta sumamente importante y útil al curar arte y gestionar espacios.

VALORES PROFESIONALES Y PERSONALES

Al estar en el ejercicio profesional, se puso en práctica muchos valores y se desarrollaron a medida que se iba trabajando. Esta experiencia ayudó a la comprensión de por qué es importante trabajar en la cultura guatemalteca. Cómo construir a una mejor realidad para la sociedad desde el punto de vista cultural. Como ayudar a las problemáticas del país por medio de la recreación a través del arte. Cómo se puede conocer más acerca de lo que está sucediendo en el mundo por medio de los diálogos.

Es importante resaltar que los centros culturales son lugares en donde se promueven la cultura de la construcción de comunidad, la construcción de paz y educación y la promoción de un pensamiento alternativo y crítico que ayuda a desarrollar el bienestar social y ejercer la libertad de expresión. Estos son valores que no deben de perderse, si es que se desea ejercer como gestor cultural o comunicador de cultura que fue exactamente la oportunidad que tuvo la practicante.

Fue una experiencia grata, el poder observar que los valores personales de la practicante iban en acuerdo y fueron reforzados por los valores profesionales de la institución de los fundadores y de las personas que fueron parte de la creación de comunidad durante el periodo de prácticas. Se comprendió también que, al ser un ámbito no tan valorado en Guatemala, el trabajo para que el público exija más cultura en el país es doble.

Se aprendió que, al dedicarse al ámbito creativo, cultural y artístico en Guatemala hay que tomar en cuenta el contexto para poder comprender cómo la cultura es moldeada por la misma sociedad y el mantenerse al tanto ayuda de manera muy importante en la producción de una agenda cultural.

El ser intelectual y mantenerse en aprendizaje constante de la sociedad es sin duda uno de los factores más importantes y prioritarios al entrar en este ámbito. Ser curioso/curiosa es una ventaja al momento de comprender e investigar la comunicación y la sociedad y como estos efectos inciden la producción de la cultura nacional. Estos son valores que se practicaban anteriormente, pero se reconocieron y reforzaron al momento de ejercer tan importante rol en la cultura y comunicación.

Para la practicante esta experiencia fue aprender de primera mano, de quienes hacen cultura en Guatemala. Que han aprendido a lo largo de la experiencia de años, a buscar la fórmula de qué es lo que conlleva la cultura, de qué se conforma, quiénes la hacen, qué se puede hacer para hacerla más valorada y sobre todo aprender constantemente qué es la cultura.

Todo este aprendizaje queda en la practicante como inspiración profesional y personal para crear y apoyar a los proyectos emergentes en Guatemala, para seguir comprendiendo la importancia de la cultura y que es lo que necesita la cultura de Guatemala.

EXPERIENCIA PERSONAL

Durante el transcurso de los tres meses de las prácticas profesionales, la practicante tuvo una experiencia bastante enriquecedora. Principalmente porque fue el primer acercamiento al campo de interés profesional después de culminar la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

La forma en que el equipo de El Qüid recibió a la practicante, dejó una impresión fuerte, de cómo debería ser el equipo de un Centro Cultural. Tuvieron la paciencia de explicar detalles importantes acerca de lo que era le Qüid y la construcción del proyecto y la esencia que se quería mantener. Crearon una atmósfera jovial, cordial, amable y profesional que hacía que trabajar fuese placentero.

Esta oportunidad deja como aprendizaje, el valor del trabajo en equipo, del valor de

compartir, ya que en todo momento los supervisores nunca dudaron de compartir de su experiencia, el valor del trabajo con mucho esfuerzo.

Una de las mejores lecciones que dejan las prácticas es que siempre hay mucho más tiempo para aprender y que queda mucho por conocer. Ser fundador de un proyecto cultural significa afrontarse a muchas dificultades, más que todo por el contexto actual guatemalteco en donde el consumo cultural en Guatemala es poco.

Hay personas que tienen toda la voluntad de hacerlo correctamente y de seguir impulsando y creyendo en un futuro con más bienestar. Sin duda la aplicación teórica de los temas y de los cursos vistos en los cinco años de universidad han sido importantes para efectuar un trabajo con excelencia, sin embargo, el ejercicio profesional es el que termina de afinar ese conocimiento y lo multiplica a grandes escalas en poco tiempo.

Una de las cosas más importantes en este espacio cultural, fue la importancia que se le daba a compartir y a generar comunidad por lo que siempre se buscó tener ideas para crear precisamente esos espacios. Por lo que fue la oportunidad perfecta para un primer acercamiento a la creación de eventos culturales. Gracias al espacio de El Qüid se tuvo la oportunidad de hacerlo.

Idealmente, en un futuro profesional y personal sería ver en Guatemala una escena cultural óptima en la cual se propicien espacios para el diálogo intelectual, que permitan que la sociedad encuentre soluciones a problemas y generen la búsqueda de bienestar íntegro, desde la salud mental hasta la salud física.

Esta experiencia sin duda deja en la practicante el deseo de trabajar para ver los resultados que sean posibles de crear para continuar en la restructuración positiva en el país, como las personas que se tuvo la oportunidad de conocer a lo largo de los meses que se compartió en El Qüid.

Mientras se estuvo en las prácticas no se tuvo ninguna experiencia que no haya sido favorecedora, al contrario, cada día era más interesante aprender de las

personas de las que se estaba aprendiendo, escuchar ideas nuevas, estar en un estado constante de creatividad y nuevas estructuras de trabajo. Todas las personas que se conocieron y presentaron a lo largo de este periodo tuvieron aportes importantes a la formación de quién estaba haciendo prácticas.

La experiencia dejó sin duda una agradable vivencia, la cual ayudó a desarrollar el carácter profesional, también contribuyó a que se comprendiera mejor el movimiento cultural. Fue un desafío entrar a un centro cultural sin saber a totalidad cómo era que funcionaba toda la estructura, más porque no se sabía si iba a ser fácil o no adaptarse a la misma.

El equipo con el que se trabajó también se concentró mucho en enseñar a tener perspectivas abiertas y mentalidades preparadas para ideas nuevas, lo cual siempre fue evidente, porque aceptaban ideas y sugerencias de la practicante, y siempre fue incluida en los procesos.

Esta experiencia llevó a la practicante a otro proceso que aún no conocía y era realizar un documental fuera de la ciudad, que requiere otro nivel de logística y otro nivel de pre producción lo que hizo todo mucho más interesante. Lo cual ayuda a concluir y a reflexionar que las prácticas ayudan a descubrir nuevos horizontes y posibilidades para los alumnos de la Universidad que buscar orientación profesional, la practicante cree que fue completamente oportuno realizar prácticas porque fue una inspiración y una oportunidad llena de nuevas lecciones y de personas agradables que tienen intenciones positivas para todo lo que deciden hacer.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Las prácticas profesionales son necesarias para comprender el proceso de adaptación de la teoría universitaria hacia la profesional. El tiempo que se invierte en la Universidad es necesario para conocer lo básico en diferentes aspectos. Pero realmente el conocimiento profundo se genera una vez se empieza la práctica y la vida profesional.

El haber sido parte de un centro cultural en Guatemala reveló que los proyectos de esta índole luchan por obtener una sostenibilidad, lo que requiere de un equipo de personas que cuente con características creativas, innovadoras y actualizadas con el contexto de Guatemala.

Los proyectos culturales en Guatemala de mayor éxito son proyectos sostenidos por otros países, por ejemplo, Alianza Francesa (Francia) y Centro Cultural de España (España).

Mientras los centros culturales independientes no reciben ayuda del mismo gobierno, y el proyecto cultural que sí está en el presupuesto nacional, Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, se encuentra en una etapa de descuido. Por las mismas razones y motivos muchas personas recurren a crear iniciativas independientes, o a no consumir ni buscar un alimento cultural por lo que es un área de la educación olvidada en el país.

Es ahí donde empieza a hacerse notar el desinterés de la sociedad por la cultural y la recreación, lo cual debe promoverse más para poder mejorar el sentido crítico, educacional y el desarrollo de la sociedad.

Estos proyectos independientes, la mayoría son conformados de equipos jóvenes, lo cual hace que la estructura de trabajo no sea la convencional, pero que no se tenga una estructura usual no significa que los resultados sean malos, sino que exploran diferentes mentalidades en generaciones. Lo cual a veces causa un poco de dificultad a la hora de explicar el proyecto.

Aún así, el manejo de proyectos culturales requiere la misma seriedad que cualquier otro trabajo, por lo tanto, es ahí en donde entran los valores de la educación en la universidad desde la generación del bienestar de la sociedad hasta los valores éticos del trabajo en los que se busca crear con honestidad, responsabilidad y al trabajo dedicado.

Ser parte de un espacio cultural, incluye tener conocimiento en varias áreas, desde la comunicación y relaciones públicas hasta el diseño gráfico. Todas estas son herramientas que se han discutido en algún momento durante la carrera de Ciencias de la Comunicación.

En especial porque el ámbito creativo, artístico y cultural es un área cambiante y fluctuante, lo que requiere a un equipo de personas que sepan de las tendencias de comunicación, de los contextos sociales y de qué está pasando en los diferentes ingredientes de la cultura a nivel nacional e internacional.

Todas estas habilidades se ponen a prueba al ser parte de un equipo en el proceso de creación por lo que se practica mucho el trabajo en equipo en especial porque el trabajo de cultura permite crear contactos y conectar diferentes personas de varios ámbitos, esto permite crear aún más oportunidades, tanto para el centro cultural como personalmente y para otra variedad de proyectos potenciales que se pueden desarrollar por medio de compartir ideas.

Trabajar en un centro cultural también reveló la importancia de compartir, ya que mucho de la base de la cultura es el intercambio intelectual y experimental.

Las prácticas supervisadas son también la oportunidad ideal para estudiar los valores y principios que se necesitan en varios ámbitos laborales, así como lo que se reforzaron durante la carrera y en cursos como Magis. Ya que es importante siempre mantener honestidad, responsabilidad y ética.

Se observó también que la labor del comunicador y la gestión cultural es necesaria en conjunto porque ambos campos requieren del otro para poder crear complementos y aportes importantes. Ambos se ayudan a comprender el desarrollo y el diálogo.

Sin duda esta experiencia reforzó el deseo de conocer más acerca de la gestión cultural en Guatemala, tanto como continuar trabajando lo que ya existe como aprender a cómo desarrollarla de mejor manera.

Gracias al periodo de ejercicio profesional se puede apreciar cuáles son las funciones de lo que la Universidad deja en sus estudiantes y de lo que el mundo profesional va construyendo en los jóvenes con los valores necesarios, por el bienestar social y cultural siempre.

RECOMENDACIONES

Se recomienda para futuros estudiantes en el proceso de prácticas que conozcan el contexto en el cuál estarán realizando sus prácticas profesionales. Al entrar a los ambientes profesionales, los supervisores y compañeros asumen que los estudiantes vienen preparados.

También se recomienda que, durante los primeros días de práctica, en especial para quienes se dirigen a la comunicación en redes, que pregunten cuáles son las características de la empresa en sus comunicaciones, cuales son las características de la empresa que se reflejan en su construcción de identidad de marca, entre otros.

De esa forma se conoce mejor el lugar de trabajo y es más fácil adaptarse a los objetivos de la marca.

Siempre es importante hacer una breve investigación previa, para comprender el contexto del espacio, en qué trabajan, cuáles son las herramientas principales y en qué áreas se podrían aplicar las habilidades de una o un comunicador.

Es importante que busquen fundamentación teórica acerca del tema de prácticas ya que es importante entender el área de interés. En el caso de este informe, se investigó acerca de la cultura y comunicación.

Al centro cultural, se recomienda que se concrete una fecha específica mensualmente, para que se pueda planificar la agenda cultural del mes entrante. Ya que algunas de las actividades se iban trabajando conforme la oportunidad se mostraba. Para fines de obtener más afluencia y público se sugiere crear una agenda cultural para promocionar a principio de mes.

También se recomienda que se tomen en cuenta actividades con el equipo interno de El Qüid. Estos eventos sí se tienen contemplados, sin embargo, no se realizan por cuestión de planificación. Por lo que se sugiere que también sean fechas acordadas en una reunión previa al mes entrante.

Se observó también durante las prácticas que es necesario que la Universidad incluya o considere algún taller relacionado con el manejo y desarrollo de proyectos, visto desde un enfoque de negocios, es decir, muchas personas graduadas de comunicación buscan crear sus propios proyectos y marcas; por lo que se cree necesario aprender a desarrollar proyectos con enfoque a la comunicación.

Considerando que hay estudiantes, como en el caso de la practicante, que después de conocer un centro cultural y la importancia de estos proyectos en Guatemala, desea en algún momento crear un proyecto similar, sería ideal que la Universidad ayudara con las herramientas teóricas para el desarrollo de proyectos en comunicación para que se adapte a diferentes campos.

VII. ANEXOS

El proceso de las prácticas supervisadas fue documentado en un formato blog. En este blog se incluyen: fotografías, videos, procesos de los eventos y las actividades detalladas que se trabajaron durante los tres meses de práctica profesional. El enlace para el blog es:

www.practicantesofiaarenee.tumblr.com

PLAN DE PRÁCTICA

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Sofía Reneé Mazariegos Díaz		
Carnet: 1135112	email: sofiaareneem@gmail.com	Celular: 34854995
Fecha de inicio y culminación de la práctica: 5 de junio – 29 de agosto		

DATOS DE EMERGENCIA

Nombre: Sandra Sofía Díaz Anleu		
Familiar: Mamá	Correo: sandymazariegos@yahoo.com	Celular: 53060118

Nombre: Sergio René Mazariegos Enríquez		
Familiar: Papá	Correo: Sergio.mazariegos2014@gmail.com	Celular: 41541444

Nombre: Nelsie Natalia Díaz Anleu		
Familiar: Tía	Correo: nelsienatalia@gmail.com	Celular: 52051708

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización: Qüid, Espacio de Co - Creación.		
Dirección física: 11 Avenida 14 – 94 Zona 10.		
Sitio web: www.venitealquid.com		
Nombre de la persona responsable: Ernesto Morales		
Cargo: director		
email: Ernesto.mohu@gmail.com	Tel 1: 5348 3809	Tel 2:

DATOS DEL JEFE INMEDIATO

Nombre: Mariana Recinos		
Cargo: directora		
email: mariana.recinos@gmail.com	Tel 1: 5528 7041	Tel 2:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Qüid, espacio de co – creación, trabaja bajo un concepto que se refiera a un espacio de trabajo compartido que ofrece a profesionales de distintas disciplinas a convivir en una comunidad creativa. La otra parte consiste en un espacio de centro cultural en el cual se busca fomentar la educación, arte y cultura por medio de muchas actividades diferentes.

El Qüid he trabajado varios eventos relevantes para la comunidad de diseño, arte y comunicación como:

Fuera, Restaurant Day, Adherente, Festival de Diseño Itch, entre otras.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

El Qüid es un espacio de co-creación que surgió a finales del 2012 y principios de 2013, en Guatemala, en donde se comparte un espacio de trabajo que busca crear una comunidad que genere ideas y experiencias diferentes a lo que se vive en un ámbito laboral convencional. El concepto nació después que se dieron cuenta que existen personas profesionales que no desean trabajar desde su casa, pero tampoco en una oficina.

De esta manera se ofrece un espacio para que los creativos colaboren en su campo profesional y artístico con el fin de crear aprendizaje constante en un ambiente de trabajo diferente. Sus inicios fueron en Zona 4, en Cuatro Grados Norte en donde empezaron a crear eventos para generar comunidad entre los que ya trabajaban ahí, que luego evolucionó a eventos culturales para grupos más grandes. Al darse cuenta de la importancia de la producción de cultura, decidieron también crear una rama del Qüid dedicada a una agenda cultural.

A finales del año 2016 se mudaron a zona 10 en donde continúan ofreciendo los mismos servicios, bajo los mismos valores, tratando que abarcar más en el ámbito cultural. Trabaja en su mayoría con estudios de diseño, comunicación, etc.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA LABOR DEL ESTUDIANTE

El trabajo a realizar dentro de la empresa consiste en la gestión cultural del Qüid, desde construir las ideas para eventos nuevos, la organización y la comunicación de estos. Así como la documentación de estos eventos de manera audiovisual y fotográfica.

En las tareas asignadas está el manejo de redes, creación de eventos nuevos y generar contenido para sus plataformas de comunicación y la curación de lo que sea necesario para los eventos culturales.

La comunicación interna y externa de la empresa.

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE FUNCIONES

- Manejo de comunicación del centro cultural
- Organización de eventos culturales
- Procesos creativos de organización de eventos
- Documentación de los eventos culturales

- Fotografía
- Audiovisual
- Comunicación de cultura
- Agenda Cultural
- Convocatoria y logística de eventos
- Comunicación interna
- Actualización de información externa e interna
- Relaciones públicas para crear alianzas estratégicas para el centro cultural, ya sea también para eventos y patrocinios.

APRENDIZAJE A OBTENER A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA

Las oportunidades que la empresa brinda es la oportunidad de aprender a manejar la comunicación de un centro cultural, y no solo la comunicación, sino que el contacto directo con lo que hace un gestor cultural, como los procesos de creación, los procesos de curación de eventos específicos, qué se debe y que no se debe hacer en un centro cultural; en especial ver qué es lo que necesita una gestora cultural para poder trabajar y qué necesita el espacio de una gestora cultural.

El tráfico y manejo de comunicación interna y externa de una empresa de este tipo.

La empresa también ofrece un ambiente agradable con mucha gente joven que está innovando y explorando diferentes campos lo cual permite obtener experiencia en el trato profesional a diferentes tipos de personas, esto también me expone a aprender nuevas disciplinas y expanda el conocimiento, no solo con información nueva sino con nuevos contactos y amistades para futuros proyectos potenciales.

HORARIOS

Lunes a viernes 8:00 – 17:00 horas.

CRONOGRAMA

Cronograma

JUNIO						
L	M	M	J	V	S	D
29	30	31	1	2	3	4
5 8:00 - 17:00 horas	6 8:00 - 17:00 horas	7 8:00 - 17:00 horas	8 8:00 - 17:00 horas	9 8:00 - 17:00 horas	10	11
12 8:00 - 17:00 horas	13 8:00 - 17:00 horas	14 8:00 - 17:00 horas	15 8:00 - 17:00 horas	16 8:00 - 17:00 horas	17	18
19 8:00 - 17:00 horas	20 8:00 - 17:00 horas	21 8:00 - 17:00 horas	22 8:00 - 17:00 horas	23 8:00 - 17:00 horas	24	25
26 8:00 - 17:00 horas	27 8:00 - 17:00 horas	28 8:00 - 17:00 horas	29 8:00 - 17:00 horas	30 8:00 - 17:00 horas	1	2
3	4	5	6	7	8	9

JULIO						
L	M	M	J	V	S	D
26	27	28	29	30	1	2
3 8:00 - 17:00 horas	4 8:00 - 17:00 horas	5 8:00 - 17:00 horas	6 8:00 - 17:00 horas	7 8:00 - 17:00 horas	8	9
10 8:00 - 17:00 horas	11 8:00 - 17:00 horas	12 8:00 - 17:00 horas	13 8:00 - 17:00 horas	14 8:00 - 17:00 horas	15	16
17 8:00 - 17:00 horas	18 8:00 - 17:00 horas	19 8:00 - 17:00 horas	20 8:00 - 17:00 horas	21 8:00 - 17:00 horas	22	23
24 8:00 - 17:00 horas	25 8:00 - 17:00 horas	26 8:00 - 17:00 horas	27 8:00 - 17:00 horas	28 8:00 - 17:00 horas	29	30
31 8:00 - 17:00 horas	1	2	3	4	5	6

AGOSTO

L	M	M	J	V	S	D
31	1	2 8:00 - 17:00 horas	3 8:00 - 17:00 horas	4 8:00 - 17:00 horas	5	6
7 8:00 - 17:00 horas	8 8:00 - 17:00 horas	9 8:00 - 17:00 horas	10 8:00 - 17:00 horas	11 8:00 - 17:00 horas	12	13
14 8:00 - 17:00 horas	15 8:00 - 17:00 horas	16 8:00 - 17:00 horas	17 8:00 - 17:00 horas	18 8:00 - 17:00 horas	19	20
21 8:00 - 17:00 horas	22 8:00 - 17:00 horas	23 8:00 - 17:00 horas	24 8:00 - 17:00 horas	25 8:00 - 17:00 horas	26	27
28 8:00 - 17:00 horas	29 8:00 - 17:00 horas	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

Estudiante: Sofía René Mazariegos Díaz		Carnet: 1135112
Organización: Qüid, Espacio de Co - Creación		
Sección:	Profesor: Lázaro Valdespino	

Semana del	Del:	Al:	de 2017	Tutor responsable: Ernesto Morales
Área o departamento: Comunicación / Gestión Cultural.				

La semana anterior el Qüid fue casa de eventos culturales, en los cuales se tomaron fotografías y videos. El contenido fue elegido y editado para ser publicado en redes sociales y boletín digital para los seguidores. Como contenido final se tuvieron fotos editadas y 2 videos.

Fui parte de una reunión con los encargados del espacio para entrar en la organización de los eventos del mes siguiente, como parte de esa reunión, se dio la oportunidad de ser parte de la producción de un documental para una marca que ha trabajado en muchas oportunidades con Qüid.

Meüs siendo una marca reconocida en la industria de la moda en Guatemala. Como parte de su nueva colección invitó a la marca Globelle de Londres para hacer una colaboración. Este proyecto se llama Societas.

Parte de las prácticas supervisadas en el Qüid era aprender acerca de la gestión cultural y aprender acerca de la producción audiovisual, con este proyecto Societas, se tuvo la oportunidad de trabajar directamente con producción audiovisual, en todas sus etapas.

El concepto de la colección es lograr crear una comunidad creativa que no tenga fronteras y el intercambio de conocimiento en diferentes áreas. Para lograr este objetivo, Societas contactó a diferentes cooperativas y diferentes artistas para constuir el proyecto. Entre los contactos que el proyecto deseaba obtener necesitaban a alguien que trabajara un documental del proceso completo de la colección.

Sofía (fundadora de Meüs) estaba enterada del trabajo en la productora independiente, Toma 4; y se contacto por medio de mis supervisores para trabajar la parte de la documentación del proyecto. Para trabajar la documentación era necesario salir de la capital de Ciudad de Guatemala ya que las cooperativas artesanales están en Sololá,

Quiché y Quetzaltenango.

Como el proyecto requiere de tiempo fuera de las oficinas del Quid también se hablaron con los supervisores para acordar cómo se iba a manejar el tiempo y los pendientes del espacio cultural mientras trabajaba el documental.

Esa misma semana después de haber discutido la integración al proyecto, se viajó el primer día a las cooperativas Adiba y Chuwila en Solá y Quché. El segundo día, se visitó Las Rosas en Quetzaltenango. Este viaje fue útil para conocer el espacio, conocer a las artesanas y personas de cada colaboración y comprender el proyecto Societas a totalidad. En estas primeras visitas también se trabajó rodaje y detalles para el documental final.

El día que regresé al centro cultural, se utilizó para programas de la semana siguiente en redes sociales, ponerme al día de la información y enviar correos con solicitud de información. También se revisaron algunos aspectos del siguiente mes.

INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

Estudiante: Sofía René Mazariegos Díaz		Carnet: 1135112
Organización: Qüid, Espacio de Co - Creación		
Sección:	Profesor: Lázaro Valdespino	

Semana del	Del: 17	Al: 21	de 2017	Tutor responsable: Ernesto Morales
Área o departamento: Comunicación / Gestión Cultural.				

Metamorfosis Textil celebra su décima edición de talleres en el Qüid. Para este evento se decidió hacer un workshop especial. Nelly Rose visitó desde Londres para impartir un curso de elaboración de diseño de estampados y estudios de color. El horario del taller estaba programado para dividirse en dos, la primera parte era Nelly Rose explicando la teoría y la realización del diseño. La segunda parte, Sofía Contreras estaría enseñando cómo hacer unión de telas y estampados por medio de técnicas de bordado.

Para estos eventos se tiene como máximo un cupo de 10 personas y un mínimo de 7, lo ideal es que el curso se llene. Sin embargo en esta ocasión el público no respondió como se esperaba, ya que habían diferentes actividades en la misma fecha pero se logró llegar al cupo mínimo.

A parte de la agenda cultural el Qüid también tiene espacios de oficina compartidos para creativos. En la semana, se presentaron las tarifas y se promocionaron y se logró vender una membresía para cinco días de espacio compartido.

Al iniciar la semana también se trabajaron detalles finales de la remodelación del jardín, en la cual se acomodaron sillas y bancas nuevas que estará incluido en la producción final que se presentará en redes sociales con un material audiovisual. Para esta entrega de material se tuvo una reunión en la que se acordó el tiempo y el material que se estará incluyendo.

Durante la semana se estuvo publicando información de mantenimiento en los eventos que estaban programados en la agenda. Así como manteniendo comunicación con quienes preguntaban acerca de los eventos.

El Altavoz del Qüid: PLAY, es una plataforma de conversatorio en la cual se discuten de industrias y producciones en Guatemala de diferentes temas. En esta edición se sugirió

que se tratara el tema de la industria de audiovisuales en el país. Se enviaron invitaciones a potenciales expositores y todos estuvieron dispuestos a participar. Se contactó también a Alejandro Marre, con quien se trabajó a lo largo de la semana una batería de preguntas y un orden lógico en el cual el conversatorio se iba a basar. Al igual que la confirmación de asistencia de quienes serían los expositores.

Previo al evento del conversatorio también se planificó el montaje de todo el mobiliario que sería utilizado durante el evento, quiénes estarían ubicados en lugares específicos y planes alternos por si había algún imprevisto por el clima. El día del montaje del evento, se cumplió con el esquema planificado, aún así, poco tiempo antes de que la actividad comenzara se tuvo que mover todo para otra ubicación dentro del centro cultural ya que empezó a llover. Por suerte el evento fue un éxito a pesar de la lluvia.

Al realizar eventos el Qüid siempre registra y documenta la actividad por medio de cobertura de redes sociales, fotos y videos que luego se suben a las mismas plataformas. Este material está a cargo mío. Para este evento se implementó un modalidad utilizando Twitter, cada vez que se escuchaba una frase que fuese considerada importante se tuiteaba para los seguidores que no tuvieron la oportunidad de asistir, a manera de un resumen.

Con el material que se trabajó el día anterior, se eligieron las mejores fotos y se hizo una publicación agradeciendo a todos los que fueron parte y a todos los que asistieron. Mientras el resto, quedó en espera para una edición que sería trabajada la próxima semana.

El fin de semana, se tendrá un taller de trabajo con telas y diseño, X Edition, que al igual que el conversatorio, requería planificación de espacio y las preparaciones de un día anterior que se acomodaron durante la tarde del día anterior.

PÉNSUM DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Primer ciclo

Introducción a la Comunicación
Introducción a la Investigación
Taller de Expresión Oral
Discurso Visual
CFI Estrategias de Comunicación Lingüística
CFI Estrategias de Razonamiento
Inglés 1

Interciclo

Curso Electivo I
Redacción de Guiones Audiovisuales
Taller de Expresión Escrita
CFI Magis Landivariano

Segundo ciclo

Estilística
Fotografía I
Fundamentos de las Ciencias Humanas y Sociales
Gestión y Administración de la Comunicación
Lenguajes Web
Metodologías de Comunicación Grupal
CFI Desarrollo del Ser Humano
Inglés 2

Tercer ciclo

Comunicación Organizacional I
Economía
Estadística I
Géneros Periodísticos I
Teoría de la Comunicación I
Inglés 3

Interciclo

Diagramación
Relaciones Públicas
CFI Juventud y Vida Saludable

Cuarto ciclo

Análisis Semiótico
Discurso Audiovisual
Estado, Democracia y Ciudadanía
Géneros Periodísticos II
Radio I
Teorías Críticas de la Comunicación
Inglés 4

Quinto ciclo

Comunicación para el Desarrollo I
Métodos de Investigación I
Televisión I
Teorías de la Comunicación II
CFI ¿Quién fue Jesús de Nazaret?
Inglés 5

Interciclo

Fotografía II
Redacciones de Guiones Radiofónicos
CFI Ética General

Sexto ciclo

Culturas y Diversidad en Guatemala
Producción Multimedia
Publicidad I
Radio para el Desarrollo Social
Seminario de Comunicación I
Televisión Alternativa
CFI Ética Social
Inglés 6

Séptimo ciclo

Análisis y Selección de Medios
Comunicación para el Desarrollo II
Debates de la Comunicación I
Deontología de la Comunicación
Radio II
CFI Sociedad Incluyente y Economía

Interciclo

Comunicación Política
Elaboración y Evaluación de Materiales
Impresos
CFI Sociedad Sustentable y Medio Ambiente

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

CFI Ética Profesional
Curso Electivo II
Debates de la Comunicación II minario de Comunicación II
Tesis I

Interciclo

Practica Supervisada I

Décimo ciclo

Práctica Supervisada II
Tesis II

***Sujeto a cambios**

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

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

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

El período de práctica consta de **450 horas** que deberá cubrirse en jornada a tiempo completo (8 horas diarias, 40 a la semana). La contabilización de horas deberá iniciar el **5 de junio** y culminar el **29 de agosto** del año en curso o hasta haberse cumplido la totalidad de horas antes indicadas.

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

En representación de **Qüid**, yo, **Ernesto Morales**, me comprometo a:

Primero: proporcionar un espacio a la estudiante **Sofía Renée Mazariegos Díaz**, carné **1135112** con las condiciones laborales adecuadas para que el proceso de aprendizaje sea lo más óptimo posible, considerando que la practicante desarrollará su trabajo como si fuera una colaboradora más.

Segundo: ser el canal de comunicación con la estudiante-practicante, o bien, designar a **Mariana Recinos**, como intermediario para el efecto.

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

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

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

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

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

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

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

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

Tercero: delegar a la Coordinadora de Práctica Supervisada, Licda. Myriam Chicas para acompañar el proceso de supervisión cuando este se trate de aspectos administrativos o de asuntos susceptibles relacionados a la experiencia.

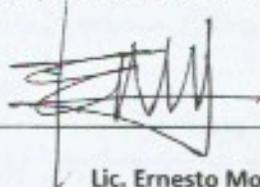
Por tanto, yo, **Sofía Renée Mazariegos Díaz, carné 1135112**, estudiante de quinto año de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, me comprometo a:

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

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

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

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



Lic. Ernesto Morales

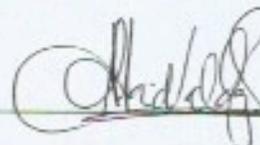
Gerente General

Qüid



Lic. Lázaro Valdespino

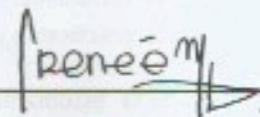
Docente



Mgtr. Miriam Madrid

Directora

Depto. de Ciencias de la Comunicación



Sofía Renée Mazariegos Díaz

Estudiante Carné 1135112

Guatemala, agosto 28 de 2017

Lic.
Ernesto Morales Hurtado
Director
El Qüid
Ciudad de Guatemala

Estimado Licenciado Morales:

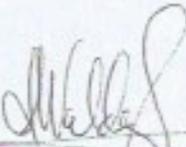
Reciba un cordial saludo de parte del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar y nuestros mejores deseos en el desempeño de sus actividades.

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

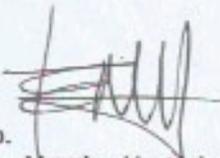
Debido a ello, agradezco a **El Qüid** y, especialmente a su persona, por la valiosa contribución y apoyo a esta labor educativa, al permitirle a **Sofía Renée Mazariegos Díaz**, realizar la experiencia de Práctica Supervisada en su organización; de igual manera, por el tiempo y acompañamiento brindado durante todo el proceso.

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

Sin otro particular, atentamente,


Mgtr. Miriam Madrid
Directora
Depto. Ciencias de la Comunicación




Vo. Bo.
Ernesto Morales Hurtado
El Qüid

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alianza Francesa de Guatemala. (s/f). Presentación Alianza Francesa. 2017, de Alianza Francesa de Guatemala Sitio web: <https://alianzafrancesa.org.gt/cultura/presentacion/>
- Asociación Coworking. (2015). El Coworking Avanza Con Paso Firme en Latino América. 2017, de Asociación Coworking Sitio web: <http://asociacioncoworking.com/el-coworking-avanza-con-paso-firme-en-latinoamerica/>
- Castro, C. (2012). La generación de contenido. 2017, de PuroMarketing Sitio web: <http://www.puromarketing.com/10/11746/generacion-contenido-marketing.html>
- Comisión de Buenas Prácticas y vocales de la APGCC. (2011). La Guía de Buenas Prácticas de la Gestión Cultural. Catalunya, España: Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Cataluña.
- Bernárdez, J. (2003). La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos. Catalunya, España : Portal Iberoamericano de Gestión Cultural .
- Deskmag. (2014). Deskmag Survey 2014 - Presentation at Coworking. 2017, de Deskmag Sitio web: <http://www.deskmag.com/>
- CCE. (2013). Página Web Oficial CCE. 2017, de CCE Sitio web: <http://cceguatemala.org/quienes-somos/>
- Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. (s/f). Renacimiento Centro Cultural. 2017, de CCMMA Sitio web: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.ccmaa.gob.gt/wp-content/uploads/2017/08/Renacimiento-Centro-Cultural-1-30.pdf>
- del Valle, F. (2003). Documentación Audiovisual. 2017, de Universidad Complutense Madrid Sitio web: <http://webs.ucm.es/info/multidoc/prof/fvalle/tema12b.htm>
- DONATI, P. (1995). . Communication & Society 8(1), 61-75.

- Fornäs, J. (1995). Cultural and Late Modernity. Londres, Inglaterra: Sage Publications.
- Guo - Ming C. y Starosta W. (1998). Foundations of Intercultural Communication. Estados Unidos: Allyn and Bacon.
- Jiménez, V. (s/f). El Concepto de "Cultura" en el siglo XVIII. Granada, España: Universidad de Granada.
- Kroeber, L. y Kluckhohn, C. (1952). Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions. Nueva York, Estados Unidos: Vintage Books.
- Leach, E. (1989). Cultura y Comunicación, La Lógica de la Conexión de los Símbolos. Madrid, España: Siglo XXI de España Editores, S. A.
- Moreno, R. (2013). El coworking y la cultura colaborativa. 2017, de El País Sitio web: https://elpais.com/elpais/2013/11/05/alterconsumismo/1383643002_138364.html
- Muñoz, R. (s/f). La comunicación interna. 2017, de Marketing XXI Sitio web: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Puyal, E. (2001). La comunicación interna y externa en la empresa. 2017, de 5campus.com, Sociología Sitio web: <http://www.5campus.com/leccion/comui>
- Rocker, R.. (1962). Nacionalismo y Cultura. Puebla, México: Editorial Cajica.
- Rubiano, N. (2009). Diseño de Centro Cultural. Bogotá, Colombia: Pontífica Universidad Javeriana.
- Supisiche, M. (2003). El arte como expresión de la cultura: tradición y vanguardia.. Argentina: Universidad Católica de Santa Fe.
- Warren, K. (2002). Culture and Identity. Nueva York, Estados Unidos: Palgrave.
- Williams, R. (1976). Cultura. Revista Keywords, 76 - 82.
- Xarxa Emprèn . (2015). Por qué el coworking?. España: Xarxa Emprèn