

Diplomado Gestión Política para mujeres y mujeres Indígenas de Guatemala

Módulo 1

Sesión 1: Enfoque histórico

- El papel de las instituciones.
- Estudios de las mujeres en la historia oficial.
- De la discriminación positiva a la acción afirmativa.
- Situación económica de las mujeres.

Sesión 2: Enfoque contemporáneo

- La democracia.
- Ciudadanía.
- La transición democrática del Estado Guatemalteco.
- Aportes a la política guatemalteca de las mujeres.
- La participación política en los partidos e instituciones del Estado.
- Las acciones positivas.
- Retos y desafíos de la participación política.

Módulo 2

Sesión 1: Interculturalidad, multiculturalidad y Pueblos Indígenas:

- Interculturalidad, multiculturalidad y Pueblos Indígenas.

Sesión 2: Teoría del Estado

- Conocimiento del Estado guatemalteco: definición y fines.
- Constitución de la República, Acuerdos de Paz, Acuerdo de Identidad y de Pueblos Indígenas y agenda nacional.
- Elementos del Estado democrático de derecho.
- Organización del Estado guatemalteco.
- Materialización del Estado: Organismo Ejecutivo, Organismo Legislativo; Organismo Judicial, Órganos de control y fiscalización, entidades autónomas y descentralizadas.
- Relación Estado y sociedad en un contexto multicultural
- Diferencia entre Estado, gobierno, administración pública nacional y municipal.
- Organización pública y los sistemas y estructuras institucionales.

Módulo 3:

Sesión 1

- Herramientas para la estrategia: análisis de coyuntura, elaboración de mapeos de poder, elaboración de sondeos de opinión, construcción de discurso.
- Ley Electoral y de Partidos Políticos, Derechos políticos.
- Descripción y análisis del sistema de partidos políticos en Guatemala: organización interna; Mecanismos de toma de decisión en la selección y nominación de candidatos y autoridades internas.
- Costos sociales y personales de una campaña electoral.

Sesión 2

- Empadronamiento y tasas de participación electoral nacional, departamental y municipal de mujeres y jóvenes.
- Índices de cultura democrática en Guatemala.
- Espacios de participación política de los pueblos indígenas a nivel local y municipal, ¿cómo empoderarlos para ser reconocidos y respetados por el Estado? Caso mexicano: sistema electoral mixto —propio de los pueblos y oficial.
- El clientelismo y otras prácticas antidemocráticas.
- ¿Hay apertura de participación real de indígenas y mujeres en el sistema de partidos políticos actual?
- Escenarios de la participación política de movimientos y partidos políticos indígenas.

Sesión 3 y 4

- ¿Qué es el marketing político?
- Componentes del marketing político: La ciencia política, la sociología electoral y la comunicación.
- Conocimiento del electorado y diagnóstico de la elección: ¿cómo es el candidato? ¿Cómo son sus adversarios? ¿Cómo son los electores? Y ¿Cómo es la elección?
- El mensaje del candidato: basado en el partido político, en el candidato y en los temores y/o deseos de los electores.
- El marketing político y su relación con los medios de difusión.
- Marketing político un método basado en la Estrategia.
- Marketing político como caja de herramientas para ganar elecciones.