



PRESANCA II

Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica

PRESISAN

Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional



**MAESTRÍA EN SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL
CON ÉNFASIS EN INTEGRACIÓN REGIONAL**



USAC

Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN): intervenciones estratégicas de comunicación social que posibilitan la toma de decisiones a nivel nacional y regional para el posicionamiento y desarrollo sostenible de la SAN

Abril de 2012 a octubre de 2013

Andi Alexander Flores Ayala



UNAN-Managua



UNAN-León



Universidad de Panamá

Guatemala, Guatemala, noviembre de 2013



MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES DE FINLANDIA



COMITÉ ACADÉMICO REGIONAL

Consejo Superior Universitario de Centroamérica (CSUCA)

- Dr. Alfonso Fuentes Soria, Secretario General
- Ing. Aníbal Martínez, Coordinador del Sistema Centroamericano de Relación Universidad-Sociedad (SICAUS)

Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)

- Dr. Oscar Cóbar, Decano Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia
- Licda. Vivian Matta, Enlace Universidad Comité Académico Regional MARSAN

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-M), de Managua

- Licda. Ramona Rodríguez, Vice Rectora General de UNAN Managua
- Licda. Carmen María Flores, Enlace Universidad Comité Académico Regional MARSAN

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-L), de León

- Licda. Flor de Maria Valle Espinoza, Vice Rectora de Investigación y Postgrado
- Licda. Christiane González Calderón, Enlace Universidad Comité Académico Regional MARSAN

Universidad de Panamá (UP) de Panamá

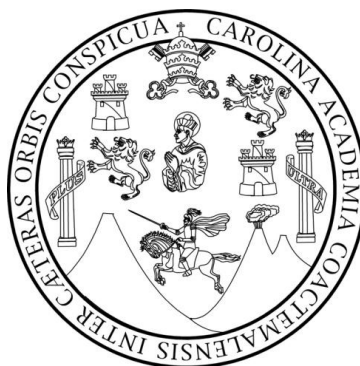
- Dr. Filiberto Morales, Director de Investigación y Postgrado
- Dra. Diorgelina de Ávila, Enlace Universidad Comité Académico Regional MARSAN

Universidad de Las Américas (UDELAS)

- Dr. Gregorio Urriola

Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica (PRESANCA II) – Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESISAN)

- Licda. Patricia Palma, Directora PRESANCA II
- Licda. Hedi Deman, Coordinadora de PRESISAN
- Ing. Fernando Fuentes Mohr, PRESANCA II
- Dr. Mario Serpas, PRESISAN



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

JUNTA DIRECTIVA

FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA

OSCAR MANUEL COBAR PINTO. Ph. D	DECANO
PABLO ERNESTO OLIVA SOTO. M.A.	SECRETARIO
LICDA. LILIANA VIDES DE URIZAR	VOCAL I
SERGIO ALEJANDRO MELGAR VALLADARES. Ph. D	VOCAL II
LIC. RODRIGO JOSÉ VARGAS ROSALES	VOCAL III
BR. FAYVER MANUEL DE LEÓN MAYORGA	VOCAL IV
BR. MAIDY GRACIELA CÓRDOVA AUDON	VOCAL V

CONSEJO ACADÉMICO

ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

OSCAR MANUEL CÓBAR PINTO, Ph. D.
MSc. VIVIAN MATTA DE GARCÍA
ROBERTO FLORES ARZÚ, Ph. D.
JORGE ERWIN LÓPEZ GUTIÉRREZ, Ph. D.
MSc. FELIZ RICARDO VELIZ FUENTES

BIOGRAFÍA DEL ESTUDIANTE

El maestrando Andi Alexander Flores Ayala nace el 21 de septiembre de 1987 en la ciudad de Ahuachapán, Ahuachapán, ubicada al occidente de El Salvador. En esta misma ciudad realiza sus estudios de primaria, secundaria y bachillerato. Durante su etapa de estudiante de secundaria, un acercamiento con el campo de la radiodifusión hace despertar su interés por las comunicaciones y le permite incursionar en el campo desde los 12 años, hasta que completa sus estudios de bachillerato.

Apoyado por sus padres y hermano, en el año 2005 decide trasladarse a la capital, San Salvador, para realizar sus estudios universitarios. En el año 2010 obtiene su título como Licenciado en Comunicación Social, extendido por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

Durante su carrera profesional ha desempeñado cargos de producción radiofónica en radios de carácter participativo y de tipo comercial; asimismo, ha participado en la producción y realización para televisión, y en producciones de cortos audiovisuales. También se ha desempeñado como periodista en medios impresos y electrónicos y en comunicación institucional.

Algunos de los medios en los que ha participado con su trabajo han sido Radio Juví 92.1 FM (radio de la Asociación de Radios y Programas Participativas de El Salvador – ARPAS), Radio Frontera 1030 AM, Radio YSUCA 91.7 FM, Canal 12 de televisión, revista en línea Comunica, Diario Co-Latino y La Prensa Gráfica.

En el año 2012, se incorpora al equipo del Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica (PRESANCA II) y del Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESISAN) de la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SG-SICA) para participar en la Maestría Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional, donde, a su vez, comienza a desempeñarse como parte del equipo de comunicaciones de ambos programas. Esta

experiencia contribuye a su formación académica y profesional, ya que es aquí donde comienza a tener un acercamiento práctico al campo de las comunicaciones para el desarrollo, campo que con anterioridad no había explorado.

DEDICATORIA

Dedico esta monografía:

En primer lugar, a Dios, por permitirme llegar a este punto importante en mi vida y por ser mí sostén en todo momento, por haberme brindado la salud y por mostrarme de su amor y respaldo en cada paso y etapa de este proceso.

A mi padre, Francisco Tulio Flores Rodríguez, hombre trabajador, responsable y de gran corazón, quien me ha demostrado que a pesar de las pruebas y dificultades de la vida, si se trabaja con empeño y dedicación todo sueño puede alcanzarse. Agradezco sus consejos, su apoyo y su fe que siempre me acompañó.

A mi madre, Esperanza Ayala de Flores, mujer excepcional, luchadora y de grandes ideales, quien me ha inspirado en cada uno de los momentos de mi vida a luchar por poder obtener todo lo que me proponga. Por sus oraciones, consejos y apoyo que también me acompañaron día a día.

A mi hermano, Francisco Antonio Flores Ayala, ejemplo de constancia, de responsabilidad y trabajo, quien con sus consejos y palabras ha estado en cada momento mostrándome su apoyo. Agradezco por su cariño y por enseñarme que aún en los momentos más difíciles, con esfuerzo y con Dios todo es posible.

A familiares y amigos que han formado parte de este proceso y que con sus oraciones y muestras de cariño me impulsaron a llegar hasta esta etapa culminante.

Este esfuerzo va dedicado a todos ustedes. Gracias.

RECONOCIMIENTOS

Se reconoce el trabajo realizado por el Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESANCA II) y por el Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESISAN) de la SG- SICA, en su búsqueda y constante labor por contribuir a la reducción de la Inseguridad Alimentaria y Nutricional (InSAN) en las poblaciones más vulnerables. A la vez, por su trabajo en el fortalecimiento del Sistema de la Integración Centroamericana.

Se reconoce también la labor de los organismos de cooperación que contribuyen a que estos programas de desarrollo puedan funcionar y generar procesos que contribuyen a mejorar las condiciones de aquellos centroamericanos y centroamericanas que viven en situaciones de InSAN. Se reconoce la labor de la Unión Europea (UE), de la Asociación Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), del Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia, y otros donantes por medio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

También se reconoce el esfuerzo hecho entre el PRESANCA II- PRESISAN, el Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA) y algunas de sus universidades oferentes por la coordinación y realización del Plan de Maestría Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional, proceso que sin duda fortalece y aporta un valor agregado a la gestión de la SAN en la región centroamericana.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESANCA II) y al Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESISAN) de la SG- SICA por haberme brindado la oportunidad de poder ser parte del Programa de Maestría Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional y poder pasar a ser parte de la población profesional centroamericana que busca la construcción de un mejor escenario para nuestros hermanos y hermanas.

Agradezco en especial a la dirección del programa, a la licenciada Patricia Palma de Fulladolsa por su alta estima, confianza y enseñanzas. A la coordinación del PRESISAN, a la licenciada Hedi Deman, por su confianza y colaboración. Asimismo, agradezco al personal de coordinación, logística y administrativo de la Maestría, por su dedicación, disposición y entrega en este proyecto.

Agradezco también al personal de comunicaciones y administrativo del PRESANCA II- PRESISAN, por su alta colaboración y motivación. A maestros y maestras por su esfuerzo y alta vocación de enseñanza demostrada al compartir conocimientos de sus especialidades. También agradezco con mucha estima a mi tutor, al comunicador social y especialista en comunicación para el desarrollo, Juan Caviedes; quién con mucha paciencia y dedicación me guió en este proceso y me compartió de su amplia experiencia.

Así también, agradezco al Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA) y a la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) por su excelentísimo aporte en el trabajo de formación de recurso humano en pro del desarrollo e integración de Centroamérica. A la Cooperación internacional por creer en centroamericanos y centroamericanas y mostrar su lazo de hermandad para el beneficio de nuestra región.

A todos, gracias.

SIGLAS

Sigla	Significado
AC	América Central
AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
AT	Asistencia Técnica
CAC	Consejo Agropecuario Centroamericano
CBA	Canasta Básica Alimentaria
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y El Caribe
COMISCA	Consejo de Ministros de Salud de Centroamérica y República Dominicana
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
INCAP	Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá
InSAN	Inseguridad Alimentaria y Nutricional
MARSAN	Maestría Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional
MINSA	Ministerio de Salud de Nicaragua
OBSAN-R	Observatorio Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional
OG	Organización Gubernamental
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONG	Organización No Gubernamental
OPS	Organización Panamericana de la Salud
OSPESCA	Organización del Sector Pesquero y Acuícola del Istmo Centroamericano
PCV	Plan de Comunicación y Visibilidad
PCVPP	Plan de Comunicación y Visibilidad PRESANCA II - PRESISAN
PESA	Programa Especial de Seguridad Alimentaria (FAO)
PNUD	Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas
PPPP	Políticas, Planes, Programas y Proyectos
PRESANCA II	Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para

Sigla	Significado
	Centroamérica
PRESISAN	Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional
SAN	Seguridad Alimentaria y Nutricional
SCSUCA	Secretaría del Consejo Superior Universitario de Centroamérica
SESAN	Secretaría de Seguridad Alimentaria y nutricional de Guatemala
SG-SICA	Secretaria General del Sistema de la Integración Centroamericana
SICA	Sistema de la Integración Centroamericana
SIRSAN	Sistema Integrado de Información Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional
UE	Unión Europea
UNICEF	Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
1. INTRODUCCIÓN	2
2. OBJETIVOS DE LA MONOGRAFÍA	5
2.1 Objetivo General:	5
2.2 Objetivos Específicos:	5
3. METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DE LA MONOGRAFÍA	6
3.1 Información de contexto.....	6
3.2 Proceso de sistematización y análisis	10
3.2 Conceptos utilizados para el análisis.....	15
3.2.1 Acciones de comunicación.....	16
3.2.2 Comunicación social	16
3.2.3 Comunicación estratégica	17
3.2.4 Comunicación para el desarrollo.....	17
3.2.5 Promoción de la salud	18
3.2.6 Posicionamiento de la SAN.....	18
3.2.7 Desarrollo sostenible	19
4. HALLAZGOS.....	20
4.1 Hallazgos generales.....	20
4.2 Videos	21
4.3 Diseño –nuevas propuestas	22
4.4 Web y redes sociales	23
4.5 Noticias y boletín	24
4.6 Publicaciones técnicas y científicas	26
4.7 Materiales y eventos de visibilidad	26
4.8 Otras acciones	27
5. LECCIONES APRENDIDAS.....	28
6. CONCLUSIONES	30
7. RECOMENDACIONES	32
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34

9. ANEXOS.....	36
----------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento monográfico es un estudio primario que presenta los hallazgos obtenidos del análisis de las acciones y de los procesos de comunicación que se producen en el marco del trabajo de promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) que realiza el PRESANCA II y el PRESISAN y que incluye a tomadores de decisión del nivel nacional y regional. El documento ha sido elaborado por un maestrando del Programa de Maestría Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MARSAN).

El autor – quien cuenta con una formación en comunicación social de base- fue incorporado y participó junto al equipo de trabajo en la labor de comunicaciones y visibilidad de los programas por un período de 16 meses (desde mayo de 2012 hasta septiembre de 2013). Su modalidad de asignación de trabajo práctico fue especial, pues no se trataba de un proceso de asistencia técnica desarrollado en comunidades o instituciones a nivel municipal, nacional o regional, ni con las características de la mayoría de maestrandos.

El estudio primario demostró que el PRESANCA II y el PRESISAN cuentan con una diversidad de acciones de comunicación que se presentan a través de diferentes canales de difusión, y que en general todas éstas se contextualizan dentro de los objetivos establecidos en los Planes de Comunicación y Visibilidad de los programas. También se demuestra que existen algunas acciones que podrían mostrar mayor efectividad si se complementan con otras acciones que garanticen un mejor posicionamiento de los mensajes con los públicos metas definidos.

También el documento incluye recomendaciones que contribuirán a que la promoción de la SAN con tomadores de decisión sea más directa y nuevas acciones que podrían posibilitar un mayor involucramiento de dicho público para generar planes de combate a la InSAN, con mayor participación de tomadores de decisión en los sectores competentes de tratar la temática en los países de la región centroamericana.

1. INTRODUCCIÓN

El Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica (PRESANCA II) y el Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRESISAN), dentro de sus acciones, buscan fortalecer capacidades profesionales formando recursos humanos especializados en Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN). Para que este resultado esperado sea alcanzado, los programas desarrollan estrategias en las que la enseñanza/aprendizaje sobre SAN y el empoderamiento en el tema son el objetivo primordial. Una de tales estrategias es el programa de Maestría Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MARSAN).

Los estudiantes de maestría llevan a cabo su proceso de formación, con la modalidad de “estudio-trabajo”. Al respecto, al autor de la presente monografía le fue encomendado prestar servicio profesional en la sede central de dichos programas, ubicada en la ciudad de San Salvador, El Salvador. Para ello, se procedió a su incorporación al equipo de trabajo de la oficina de comunicaciones y visibilidad, debido a tener una educación profesional de base en comunicación social. Esta modalidad de asignación de trabajo práctico fue especial, pues no se trataba de un proceso de asistencia técnica desarrollado en comunidades o instituciones a nivel municipal, nacional o regional, ni con las características de la mayoría de maestrandos.

El período de trabajo como parte del equipo de comunicaciones se desarrolló desde mayo de 2012 hasta septiembre de 2013: un total de 16 meses. La principal de las tareas asignadas consistió en el desarrollo y edición de noticias informativas generadas en los territorios fronterizos en que actúan los programas en la región centroamericana. Posteriormente, se encomendó prestar acompañamiento en algunas acciones comunicacionales para la promoción de la SAN, así como de información sobre los programas y su proyección hacia los niveles nacional y regional. Todas las actividades realizadas en la oficina de comunicaciones fueron realizadas bajo los objetivos comunicacionales previstos por el PRESANCA II y el PRESISAN en sus Planes de Comunicación y Visibilidad (PCVPP), coordinados con diferentes profesionales de los programas, y bajo los lineamientos de la dirección del PRESANCA II y de la coordinación del PRESISAN.

Considerando esta experiencia de involucramiento en las actividades de comunicación a nivel central del PRESANCA II y del PRESISAN, y para asumir la elaboración de una monografía, como parte de la finalización del programa de maestría, se decidió realizar un estudio investigativo primario (preliminar) acerca de los procesos y acciones de comunicación central de los programas. Esto, con el fin de ayudar a visualizar el trabajo en su conjunto, e identificar las diversas maneras en que las intervenciones comunicacionales se dirigen a sus públicos, y de qué manera contribuyen al cumplimiento de los objetivos de los programas.

Para el desarrollo de esta monografía se ha tenido en cuenta la expectativa de los programas por consolidar la SAN en los procesos político-normativos, y la importancia del aporte de estos procesos en la reducción de la Inseguridad Alimentaria y Nutricional (InSAN). Se decidió estudiar el posible impacto de la promoción de la SAN para determinar, o inferir si las intervenciones de comunicación social muestran características de relación con los objetivos de promoción y visibilidad de la SAN, en lo que se refiere al posicionamiento de ella, y en cuanto a su aporte para la toma de decisiones en los niveles nacional y regional.

La información presentada en este documento identifica las principales características de los procesos y productos comunicacionales centrales del PRESANCA II y PRESISAN – del abordaje de cada temática y de su focalización hacia los públicos a los que se comunican, teniendo en cuenta los objetivos de operación y comunicación de ambos programas: PRESANCA II y PRESISAN.

Sin olvidar que esta monografía refleja un estudio primario de lo ya mencionado, sus resultados podrían contribuir a realizar, a posteriori, posibles reajustes en el trabajo de comunicación social dirigido a la promoción y difusión de la SAN desde el PRESANCA II y el PRESISAN, y el mantenimiento o mejoramiento de las buenas prácticas; además de generar inquietudes para profundizar en aquellos aspectos que, en materia de comunicación, presentan posibles puntos que pueden ser fortalecidos.

En el apartado número 2 de este documento se definen los objetivos del trabajo monográfico. En el apartado número 3 se define el contexto y la pertinencia de promocionar la SAN en los niveles nacionales y regionales con tomadores de decisión y se describe la metodología utilizada para realizar la sistematización y análisis de datos. En el apartado 4 se presenta la caracterización y hallazgos de las acciones de comunicación y del trabajo realizado desde esta área, que se complementa en el apartado 5, con algunas experiencias capitalizadas como lecciones aprendidas. El apartado número 6 concluye y retoma los resultados obtenidos, para luego, establecer en el apartado 7 algunas recomendaciones referidas a futuras intervenciones, con el propósito de fortalecer los procesos de comunicación para el apoyo de la toma de decisiones y su impacto en la promoción, posicionamiento y sostenibilidad de la SAN.

2. OBJETIVOS DE LA MONOGRAFÍA

2.1 Objetivo General:

Presentar las intervenciones de comunicación social del PRESANCA II y PRESISAN en relación con sus objetivos de promoción y visibilidad de la SAN para el fin del su posicionamiento y aporte para la toma de decisiones en los niveles nacional y regional.

2.2 Objetivos Específicos:

- Identificar y sistematizar los productos y procesos de comunicación social generados por el PRESANCA II y el PRESISAN para la promoción de la SAN.
- Realizar un análisis primario de los productos y procesos de comunicación social en cuanto a intervenciones de comunicación estratégica que apuntan a promover información que permita generar decisiones sobre políticas y normativas para la superación de la InSAN.
- Determinar cuáles productos difundidos por el PRESANCA II y el PRESISAN, y procesos de comunicación social, posibilitan un contacto directo con los tomadores de decisión (en los niveles nacional y regional).
- Identificar y caracterizar los procesos y productos de comunicación social que contribuyen a al posicionamiento de la SAN y su desarrollo sostenible.

3. METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DE LA MONOGRAFÍA

3.1 Información de contexto

Para comprender mejor la pertinencia del trabajo de comunicación social en la promoción de la SAN, en su función de contribuir en procesos de toma de decisiones para la construcción de escenarios más favorables, se hace necesario poner en contexto el escenario actual de InSAN al que se enfrenta la región centroamericana.

Al referirse que la comunicación se vuelve pertinente para contribuir en procesos de toma de decisiones se trata de que la comunicación puede ser un medio por el que funcionarios que dirigen instituciones de gobierno a nivel central conozcan de SAN, y que posibilite a que ésta sea incluida en sus planes estratégicos, de tal forma que se concrete como una temática transversal en las agendas de gobierno. Es buscar contribuir en la creación de estrategias, planes, políticas y proyectos para el combate de la InSAN.

Según el Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá [INCAP] (s.f.) la SAN puede ser definida en un concepto amplio como el “estado en el cual todas las personas gozan, en forma oportuna y permanente, de acceso físico, económico y social a los alimentos que necesitan, en cantidad y calidad, para su adecuado consumo y utilización biológica, garantizándoles un estado de bienestar general que coadyuve al logro de su desarrollo”.

El proceso para establecer una iniciativa se compone de elementos esenciales como la forma en la que se planifica y con la que se administran los recursos. La adecuada organización, la actuación y las decisiones que se toman son las que permitirán eventualmente alcanzar un determinado propósito. Cuando se habla sobre el rumbo que un país o la región centroamericana desea alcanzar en tema de SAN, lo antes mencionado se aplica de igual forma, pues el tipo de resultado se verá marcado o definido por medio de la forma en la que decidan proceder quienes coordinan o dirigen. Cuando se habla de “quienes coordinan o

dirigen”, se refiere a la estructura de organismos o a la arquitectura institucional propia de cada país. El accionar de las divisiones e instituciones de gobierno involucradas en la SAN.

A partir del tipo de decisiones es que se definirá algún tipo de efecto o de consecuencia en la SAN.

Al adentrarse en la SAN, y al observar la situación que los países de Centroamérica presentan al respecto, se puede constatar que buena parte de la población de los diferentes países enfrentan una realidad que tiene que ser tratada a través de acciones y propuestas de desarrollo, impulsadas desde los Estados. Dichas decisiones deben ser orientadas a políticas y normativas que permitan garantizar las condiciones de SAN necesarias y dignas para que los centroamericanos y centroamericanas puedan desarrollarse en el más amplio sentido.

Por lo general, las manifestaciones de la InSAN son más comunes en poblaciones que viven en condiciones de mayor vulnerabilidad – fundamentalmente, vulnerabilidad ambiental y económica -. También, en grupos de personas, en determinados momentos o ciclos de su vida –principalmente, mujeres embarazadas y niños menores de cinco años-. En dichas condiciones de vulnerabilidad, las manifestaciones de InSAN se traducen en padecimientos enmarcados dentro de un estado de malnutrición.

La malnutrición, según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] (2010) se produce “cuando el organismo no obtiene la cantidad apropiada de energía (calorías), proteínas, carbohidratos, grasas, vitaminas, minerales y demás nutrientes que los órganos y los tejidos necesitan para mantenerse sanos y funcionar correctamente”.

En cuanto a desnutrición crónica en niños menores de cinco años (es decir, niños que no alcanzan la estatura adecuada para su edad), los países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) han dado muestras de una disminución considerable, esto si se toma como base el año 1967, año en el que todos los países reflejaron altos índices según datos del Sistema Integrado de Información Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional

[SIRSAN] (2013). A pesar que se ha mostrado una a baja en los porcentajes de este indicador, una buena porción de esta población se ve afectada por dicho estado nutricional. Guatemala, por ejemplo, es uno de los países con mayores índices, donde casi la mitad de esta población (49.8%) presenta desnutrición crónica.

Como contraparte de la desnutrición en Centroamérica, el problema del sobrepeso en niños y niñas menores de cinco años se presenta como la otra cara de la InSAN. Un niño es considerado con sobrepeso si su relación peso para talla (P/T) es superior a +2 desviaciones estándar respecto a la mediana de la población internacional de referencia (Patrón de referencia: estándares de crecimiento NCHS/OMS). El comportamiento en este indicador y su tendencia al alza ha sido un problema común en los países de la región, excepto El Salvador, que aunque el 4.9 por ciento de su población presenta dicho estado nutricional ha mostrado una baja de 1.9 por ciento. (SIRSAN, 2013)

Los padecimientos relacionados a la malnutrición repercuten a largo plazo en dos niveles; en primer lugar, en el individuo, y en segundo lugar, se ve traducida en una problemática de país. Cuando se expresa que repercute en el individuo o en la persona quien enfrenta el padecimiento, se dice con base a estudios que reflejan que, por ejemplo, un niño desnutrido crónico tiene menos posibilidades de rendir en su etapa escolar y completar sus estudios; esto a largo plazo se traduce en personas sin una preparación académica, con un trabajo poco remunerado y en condiciones poco favorables para su bienestar económico y el de su familia. Esto posibilita que más familias continúen inmersas en el círculo de la pobreza. (Mendoza Flores, 1994, págs. 136, 143 -144)

Cuando se expresa que en un segundo nivel estos padecimientos repercuten como problema de país, debe entenderse que, a largo plazo, dichos padecimientos presentan problemas u otras consecuencias en la salud de amplios grupos de población, lo que para un país también representa una carga significativa en gastos de salud pública y una disminución de la productividad.

En este punto, es apropiado y cabe realizar una interrogante clave ¿Los tomadores de decisión están conscientes de lo que la InSAN representa para la región? O, simplemente preguntarse si ¿Hay alguien que les recuerde constantemente la importancia de trabajar en dicho tema para revertir las problemáticas resultantes? Es aquí donde se hace pertinente destacar el trabajo de la comunicación social y la relación comunicativa estrecha que debe existir entre instituciones y entidades que trabajan en el tema de la SAN y los tomadores de decisión.

El PRESANCA II y el PRESISAN han considerado la comunicación social dentro de sus acciones como “una herramienta útil en los procesos participativos y de apropiación” (PCVPP, 2011), para lo cual se ha elaborado, para cada programa, un Plan de Comunicaciones y Visibilidad, en donde la comunicación social es una acción que debe estar incluida en cada proceso que se realice en la gestión de ambos programas

En dichos planes, se definen públicos-meta claros; es decir, se establecen los destinatarios a los que deben ser dirigidas las diferentes acciones de comunicación.

Dentro de la clasificación del público denominado *responsables de toma de decisión*, como es presentado en los planes de comunicación de los programas, se abarcan gobiernos locales, gobiernos nacionales, instituciones regionales y cooperación internacional. Lo que en la práctica ha llevado a establecer contacto con niveles ministeriales de gobierno como Agricultura, Ambiente, grupos parlamentarios, alcaldes, Organizaciones no Gubernamentales (ONG's), directores y equipos de planificación de las instituciones regionales del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), agencias de cooperación, etcétera.

En este documento monográfico, el análisis busca prestar mayor atención en las acciones dirigidas a tomadores de decisión del nivel central (Nacional) y del nivel regional (Centroamérica).

Es así que el presente trabajo busca contribuir al fortalecimiento del trabajo de comunicación social dirigido a tomadores de decisión por parte del PRESANCA II y el PRESISAN,

proponiendo posibles ajustes al tratamiento de dichas acciones y al mantenimiento de las que aparecen como buenas prácticas, a fin de que los contenidos de las comunicaciones lleguen de forma oportuna, directa y clara a los tomadores de decisión, tal y como lo expresa el Plan de Comunicación y Visibilidad de ambos programas.

Los planes de comunicación del PRESANCA II y del PRESISAN, al trabajar de manera específica con dicho público, destacan como propósito realizar tareas de sensibilización “que permitan incidir en las políticas públicas en materia de SAN”, (PCVPP 2011). Es decir, contribuir a una orientación o reorientación de las políticas, planes, programas y acciones que contrarresten los efectos de la InSAN en los países de la región.

3.2 Proceso de sistematización y análisis

Para la elaboración del presente trabajo monográfico, el primer paso consistió en la identificación de aquellas acciones de comunicación que se utilizan y difunden en el marco del PRESANCA II y del PRESISAN para fines de promoción de la SAN. Las acciones identificadas y sometidas a análisis datan desde el inicio del ciclo de gestión de los programas (2010) hasta la fecha en la que se ha realizado este estudio primario (Agosto 2013).

Para poder analizar los datos recopilados se creó un método que permitió ordenar la información y con el que se buscó identificar las características de cada acción o de cada producto de comunicación, para su posterior análisis. Para ello se diseñó una matriz (Anexo 1) que facilitó el ordenamiento de las acciones y su categorización en grandes grupos de acciones de comunicación. Los grupos resultantes de dicho trabajo fueron siete: *Videos (difusión audiovisual)*; *Diseños - nuevas propuestas*; *Web (páginas web y redes sociales)*; *Noticias y boletín*; *Publicaciones técnicas y científicas*; *Materiales - eventos de visibilidad*; y *Otras acciones*.

Dentro del grupo **Videos** (difusión audiovisual) se incluyeron todas las producciones hechas bajo el formato audiovisual, tanto aquellas de imagen en movimiento o de imágenes compuestas por diferentes láminas o fotografías, estilo presentación.

El grupo **Diseños – Nuevas propuestas** contiene trabajos que se mantienen a nivel de diseño (es decir, que aún no se tienen productos acabados o publicados). Éstos han sido realizados para contribuir al trabajo de promoción de la SAN o para el cumplimiento de otros objetivos de comunicación, ya sea de ambos programas o acciones específicas para cada programa (PRESANCA II y PRESISAN). Cabe mencionar que de estos diseños, algunos ya han sido concluidos, pero aún no cuentan con una publicación, difusión o ejecución, ya que están compuestos por diferentes propuestas de acciones o productos, que no han sido realizadas.

En este grupo se identificó que se han propuesto acciones como documentales, producciones radiofónicas en diferentes formatos, reportajes, actividades de movilización ciudadana y de tomadores de decisión, entre otros (Anexo 1).

En lo que al grupo denominado **Web** respecta (páginas web y redes sociales), éste contiene acciones comunicacionales realizadas en el marco de la promoción de la SAN que realizan los programas PRESANCA II y PRESISAN. Las acciones que han sido puestas a disposición de los públicos a través de medios interactivos como las redes sociales (Facebook, Tweeter, YouTube) o sitios web oficiales (PRESANCA II- PRESISAN, OBSAN y SIRSAN) son publicaciones científicas, noticias, boletines, información de la región, estadísticas en SAN, entre otras.

El grupo **Noticias y boletín** incorpora acciones informativas que ambos programas elaboran para mantener actualizados a sus lectores de noticias en torno al tema de SAN, las que son acaecidas en los territorios intervenidos por los programas; también aborda la participación que los programas tienen en actividades de carácter nacional, regional y fuera de los límites de la región centroamericana. Estas noticias también muestran las posturas de dichos programas ante acontecimientos, celebraciones y actividades que han sido consideradas pertinentes como

un espacio para la promoción de la SAN. Celebraciones como días mundiales: día mundial del Agua, de la Alimentación, del Ambiente, entre otros, han sido espacios donde los programas han promocionado la SAN en la sección de noticias de su sitio web oficial.

Con respecto a los boletines informativos, los programas comparten con sus públicos, información semanal de las noticias realizadas en los territorios y, a su vez, información publicada en los principales medios impresos y digitales de los países miembros del SICA, relacionada en la temática de SAN.

La categoría **Publicaciones técnicas y científicas** contiene todas aquellas publicaciones que ambos programas realizan como resultado de estudios técnicos e investigaciones científicas que se han realizado para contribuir a la gestión del conocimiento en SAN. Las publicaciones están referidas principalmente a informes de la aplicación de los pronósticos climáticos en la SAN, notas técnicas de volatilidad y seguimientos de precios de los alimentos, investigaciones sobre el estado de la SAN en la región, entre otros.

Para el grupo **Materiales y eventos de visibilidad** se realizó una categorización de acciones en un mismo grupo, debido a que los productos de visibilidad de los programas PRESANCA II y del PRESISAN son entregados principalmente en eventos, reuniones y actividades para la promoción de la SAN, y donde a la vez, se promueve la imagen de PRESANCA II, el PRESISAN y cooperantes – los productos promueven la imagen de los programas y la cooperación internacional-. Este grupo contiene el tipo de productos o materiales promocionales que se entregan a los públicos invitados o asistentes de ciertas reuniones, eventos u otras actividades.

Los públicos a los que se entregan los promocionales van desde habitantes de los municipios, hasta tomadores de decisión de los países donde acciona el PRESANCA II y el PRESISAN. También son entregados a las diferentes instituciones de la región.

Por último, el grupo **Otras acciones**, contiene productos o acciones complementarias de comunicación que contribuyen a reforzar el trabajo de promoción y difusión del tema de SAN en la región y en los municipios en los que los programas intervienen. Se trata de acciones o productos que no pueden ser ubicadas en las categorías anteriores, por tratarse de formatos o acciones con particularidades diferentes.

Luego de identificar y sistematizar las acciones de comunicación y enmarcarlas a cada una en las siete categorías antes mencionadas, se procedió a describir lo que cada una de las acciones o productos contiene y se intentó estimar el objetivo de comunicación que, de hecho, cada grupo y producto persigue. También se intentó definir el público al que es expuesta cada una de dichas acciones. Es importante mencionar que no se dispone de información de diseño de cada producto o acción y que para determinar el tipo de público y el objetivo de ellos fue necesario hacerlo en base a algunos criterios que serán expuestos en este mismo apartado de metodología.

Hasta este punto –primeras cinco columnas de la matriz–, el método diseñado expone información de contexto; es decir, se presenta la información disponible de cada una de las acciones.

Con esta información disponible y para poder generar aspectos destacables para la realización de un análisis, se creó otra sección en el instrumento compuesta por tres columnas más, denominadas plan de interrogación, resultados, y, análisis (Anexo 1). En la columna *plan de interrogación*, se procedió a someter cada una de las acciones a interrogantes que ayudaran a generar insumos relacionados al objetivo principal de este estudio primario; a su vez, someterlas a preguntas que contribuyeran a ver la relación de estas acciones o productos con los objetivos comunicacionales perseguidos por el PRESANCA II y el PRESISAN en sus PCVPP. Esto, con el fin de intentar establecer la relación de cada acción y su vínculo con la promoción, posicionamiento y el desarrollo sostenible de la SAN. Es conocer si las intervenciones de comunicación social del PRESANCA II y del PRESISAN mantienen

relación con los elementos antes mencionados y si aportan para la toma de decisiones en los niveles nacional y regional.

Las principales interrogantes planteadas, y a las que cada acción fue sometida, fueron las siguientes: ¿Promociona la SAN esta acción? ¿Es ésta una intervención estratégica? ¿A qué público está dirigida la acción? ¿Posibilita esta acción la toma de decisiones? ¿Contribuye al posicionamiento y sostenibilidad de la SAN?

Luego de interrogar cada acción, se respondió y se marcaron algunos detalles en la columna de resultados, para luego, ser relacionados con los objetivos de comunicación del PRESANCA II y del PRESISAN. Esto, con la finalidad de tratar de hacer un esfuerzo de análisis y destacar información que sirviera para generar hallazgos primarios que describieran el trabajo comunicacional, el abordaje de la temática SAN y la contribución desde esta área para el posicionamiento, sostenibilidad, promoción y toma de decisiones en SAN.

Para responder a las preguntas del plan de interrogación, definir el público al que va dirigida cada acción y definir algunos elementos de análisis, el procedimiento que se aplicó consistió en visualizar cada acción a la luz de algunos criterios de técnicas de comunicación: como el tipo de lenguaje utilizado en las publicaciones, la temática, el espacio de disposición o plataforma de difusión de cada producto, el mensaje enviado –directa o indirectamente –, y el tratamiento y calidad de producción. Se procedió y fue necesario hacer este tipo de inferencias, utilizando los criterios antes mencionados, debido a que los diseños de las acciones en los cuales se debería encontrar este tipo de información no están disponibles.

Al tener la información sistematizada de esta manera, y con la metodología utilizada, se procedió a realizar un análisis general del conjunto de la información. Esto, con el fin de generar hallazgos; y luego, identificar lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones generales acerca del trabajo de comunicación que acompaña el ciclo de gestión de los programas PRESANCA II y del PRESISAN. Es decir, se observaron de una forma integral los

grupos que resultaron de la sistematización, no por cada acción. Se analizó desde una visión global por categoría de acciones de comunicación.

Para esto se procuró identificar homogeneidades o diversidades de características, tomando como base las notas de análisis que se obtuvieron para la información de todas las acciones y productos de cada categoría o grupo. El criterio central para todo esto consistió en la relación de esta información analítica con los objetivos del estudio, para hacer una aproximación con la información disponible y determinar cuánto las acciones y categorías contribuyen a la promoción de la SAN, al desarrollo sostenible de la misma, y a la toma de decisiones a nivel nacional y regional.

Como resultante de dicho análisis, en el apartado número 4 de este documento se presenta una caracterización y hallazgos de las acciones o productos de comunicación y del proceso o trabajo de esta área, como resultado obtenido del análisis primario de la información. En el apartado número 5 se reflexiona sobre las lecciones aprendidas. En el apartado número 6 se proponen algunas conclusiones, y en el último apartado (número 7) se sugieren las respectivas recomendaciones para la elaboración de futuras acciones de comunicación.

3.2 Conceptos utilizados para el análisis

Para realizar el análisis de la información correspondiente a cada producto/acción de comunicación y como grupo o categoría se tuvo en cuenta algunos conceptos esenciales. Tales conceptos se relacionan directamente con las expectativas indicadas en los objetivos de la monografía.

Los conceptos principales utilizados para la comprensión de los objetivos y el análisis de los hallazgos fueron los siguientes:

- Acciones de comunicación
- Comunicación Social

- Comunicación estratégica
- Comunicación para el Desarrollo
- Promoción de la salud
- Posicionamiento de la SAN
- Desarrollo sostenible de la SAN

3.2.1 Acciones de comunicación

En primer lugar es importante definir que en el presente trabajo monográfico, las *acciones de comunicación* social serán entendidas como los productos de comunicación –videos, noticias, actividades, etcétera– que se han realizado en el marco de los programas PRESANCA II y PRESISAN para promocionar la SAN, y también aquellas nuevas propuestas de intervenciones de comunicación. Aunque todos los productos han sido sometidos a análisis, en este documento, primarán específicamente los resultados en torno a las acciones dirigidas a tomadores de decisión.

3.2.2 Comunicación social

Mario Kaplún (1998), comunicador argentino, reconocido por promover el concepto de la comunicación transformadora, define la *comunicación social* como el “proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria”. Es decir, en el proceso de comunicación social se busca que un acontecimiento pase de ser un acontecimiento individual a una construcción o un propósito construido en conjunto.

El PRESANCA y el PRESISAN son programas cuyo propósito está orientado a la construcción de la SAN. Para alcanzar dicho propósito, los programas intentan difundir y establecer comunicación con diversas instituciones de interés, que convergen o están

involucradas en la construcción de estas condiciones en cada uno de los países y en la región centroamericana. Es aquí donde la comunicación social juega su rol en la promoción de la SAN.

3.2.3 Comunicación estratégica

Pero la comunicación no sólo implica la emisión de mensajes o acciones, las que podrían ser dispersas o sin un objetivo claro. Para programas de desarrollo como el PRESANCA II y el PRESISAN, es necesaria la búsqueda de una comunicación de ideas que se origine bajo una misma estrategia, con el fin de lograr un posicionamiento de la SAN. Preciado y Guzmán (2010, p. 52-53), comunicadoras e investigadoras colombianas explican que se hace un trabajo de *comunicación estratégica* cuando “las acciones de comunicación apuntan al cumplimiento de los fines de la entidad”. Las mismas autoras agregan que esto sólo se consigue cuando se logra articular lo que se pretende comunicar, desde la planeación de la estrategia comunicacional, pasando por las acciones o tácticas intermedias, hasta llegar a lo operativo.

3.2.4 Comunicación para el desarrollo

Muy relacionado con el concepto anterior se encuentran las actividades que se suelen caracterizar como procesos de *comunicación para el desarrollo*. La UNICEF describe este proceso como “un proceso estratégico planificado y basado en las pruebas que se emplea para fomentar los cambios sociales y de comportamiento positivos y mensurables a nivel individual. Se trata de un proceso que forma parte integral de los programas de desarrollo, la promoción de políticas y las labores humanitarias”. (UNICEF, 2013)

Este concepto está íntimamente ligado al de comunicación estratégica, pues como ya se ha mencionado es un proceso estratégico planificado. Cuando se habla de comunicación para el desarrollo se habla de acciones de comunicación que buscan un cambio de comportamientos, es decir, se busca un accionar a favor de un cambio social. El trabajo de comunicación y SAN obedece a una labor de este tipo, ya que se pretende que a través de la difusión de información

y mensajes, los públicos muestren apertura a la temática y accionen a favor del propósito que se presenta y del escenario que se promueve conseguir.

3.2.5 Promoción de la salud

Un concepto que también es importante definir es el concepto de *promoción de la salud*, donde se puede asociar y enmarcar la SAN. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2013), describe la promoción de la salud como “el proceso que permite a las personas incrementar el control sobre su salud”. Este concepto también abarca un trabajo de enfoques participativos, donde “las comunidades y las instituciones colaboran para crear condiciones que garanticen la salud y el bienestar para todos”. Es decir, “opera en muchos niveles diferentes —del individuo y las relaciones, de la organización, de la comunidad y del sistema más amplio— para alcanzar las metas de salud de la población”.

3.2.6 Posicionamiento de la SAN

Pero las metas se alcanzan a través del accionar de quienes forman ese conjunto o red de actores responsables de concretar un propósito. En el caso de la SAN, es necesario llegar a los actores o instituciones competentes que convergen en el propósito de crear mejores condiciones o escenarios para la SAN. Para posibilitar este accionar es necesario que exista un *posicionamiento de la SAN*; es decir, trasladar mensajes a los públicos-meta, de tal manera que éstos los interioricen y puedan ejecutarlos. El Ministerio de Salud nicaragüense (MINSa) (2012, p. 8), en el marco de la puesta en marcha de su Estrategia de Comunicación y Acción Comunitaria en Salud (ECACS) expone que “el nivel de posicionamiento de los mensajes transmitidos es uno de los factores más importantes para lograr el cambio de comportamiento esperado”.

3.2.7 Desarrollo sostenible

Muy relacionado con el concepto anterior, y con la práctica de los anteriores puede lograrse la finalidad del trabajo en SAN que pretenden programas de desarrollo como el PRESANCA II y el PRESISAN: posicionar la SAN para el logro de un desarrollo sostenible de la misma. La comisión de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocida como la Comisión Bruntland (WCED, 1987) en su informe titulado “Nuestro Futuro Común”, define el *desarrollo sostenible* como el “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las propias”.

Por su parte, el experto de la División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de CEPAL, Gallopín, G. (2003, p. 22), también expone que lo que debe hacerse sostenible es “el proceso de mejoramiento de la condición humana”. En el trabajo que programas de desarrollo como el PRESANCA II y PRESISAN realizan en la promoción de la SAN para la búsqueda de su posicionamiento y consolidación en los procesos político-normativos, es donde queda expreso el concepto de desarrollo sostenible de la SAN. Es decir, esta promoción busca insertar la SAN en las agendas de trabajo de las partes responsables, con el fin de lograr que las poblaciones centroamericanas puedan tener acceso a mejores condiciones de desarrollo en SAN.

4. HALLAZGOS

Teniendo la información sistematizada con la metodología antes descrita en el apartado 3.1 de este documento y al haber procedido a observar de forma general, e integral, cada grupo o categoría de acciones de comunicación, y al analizar su relación con los objetivos de estudio y de comunicación de los programas PRESANCA II y PRESISAN, se pudieron identificar diversos hallazgos, los cuales se presentan en este apartado. Los hallazgos, se presentan en el marco de cada uno de los siete grupos definidos en el proceso de desarrollo del trabajo monográfico, los cuales son:

1. Videos
2. Diseño- nuevas propuestas
3. Web y redes sociales
4. Noticias y boletín
5. Publicaciones técnicas y científicas
6. Materiales y eventos de visibilidad
7. Otras acciones

4.1 Hallazgos generales

Vistos por separado, cada grupo o categoría de acciones muestran ciertas particularidades propias. Sin embargo, intentándolas analizar en conjunto se pueden encontrar características comunes y otras que no lo son. De aquí es donde emergerán también ciertos hallazgos.

Un aspecto que puede observarse en común para todas las acciones de comunicación social es que todas están contextualizadas en el Plan de Comunicación y Visibilidad de los programas PRESANCA II y del PRESISAN. Es decir, cada producto o publicación se encuentra o se presenta como parte de un proceso de acompañamiento en la ejecución del ciclo de gestión de los programas. (Anexo 2 y 3)

Lo recién expuesto, también conduce a que dentro del funcionamiento de los programas –en todos sus niveles-, la comunicación social juega un papel importante y se transversaliza en todos sus procesos de acción. Es decir, se utiliza la comunicación como una herramienta fundamental, y en cada proceso que se realiza, sea este referente a la formación de recurso humano, participación, desarrollo de eventos del programa, entre otras, siempre hay una acción comunicacional de acompañamiento.

Otro hallazgo general es que todas las acciones o productos de comunicación realizados por el PRESANCA II y el PRESISAN visibilizan a sus cooperantes, pues comunican y muestran a sus públicos los organismos de cooperación que contribuyen al sostenimiento financiero de ambos programas: Unión Europea (UE), Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD) y Ministerio de Asuntos exteriores de Finlandia.

4.2 Videos

Con respecto a la categoría *videos*, desde una visión general pudo identificarse que, todos, como ya ha sido mencionado, se apegan al Plan de Comunicación y Visibilidad del PRESANCA II – PRESISAN, pues todos abordan más de alguno de los objetivos del mismo plan. La mayoría de los videos producidos y publicados por los programas, cuando se le aplica el criterio de tema de su producción se encuentra una tendencia: ésta consiste en la existencia de un mayor número de producciones que informan sobre las actividades de los proyectos y visibilizan los logros y resultados de los mismos. Sin embargo, también hay producciones que han sido patrocinadas o coordinadas por el PRESANCA II y el PRESISAN que se enfocan más al tema de la promoción del tema como tal y en la sensibilización y posicionamiento de la SAN.

Se han realizado producciones que han promocionado el tema de SAN y mostrado la realidad que las poblaciones más vulnerables de Centroamérica enfrentan a diario. Por mencionar algunos casos, puede destacarse el trabajo realizado en “Código Azul”, programa de televisión

realizado junto a la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Guatemala (SESAN) y TV Azteca Guatemala. También se han presentado documentales y cortos en el Festival internacional de Cine en Centroamérica, Ícaro.

En cuanto al tratamiento de este tipo de acción comunicacional, algunos de los audiovisuales aunque han sido hechos para mostrar la realidad que las personas viven en los territorios más vulnerables, se han realizado exclusivamente a partir del uso de fotografías cuya transición se asimila a una presentación tipo *PowerPoint*, y son acompañados de una banda sonora (música de fondo). Estos audiovisuales, en contraposición con aquellos videos que han sido realizados usando imágenes en movimiento o *motion pictures*, declaraciones o testimonios y una banda de audio más compuesta no tienen o provocan el mismo impacto visual. Esto representa un aspecto importante, debido a que la calidad de la presentación del producto es la que interviene en que los públicos se interesen por una producción o la pasen por alto.

4.3 Diseño –nuevas propuestas

En el grupo *Diseño-nuevas propuestas*, las acciones de comunicación aún no son publicadas o implementadas; son procesos que se encuentran en etapa de diseño, algunos, y otros que aunque ya han sido acabados, aún no son publicados o utilizados, es decir, no se han convertido en acción comunicacional como tal. Esto significa que si bien hay propuestas en general aun no existen los diseños específicos para elaborar las acciones que las componen.

A partir de los objetivos presentados en las mismas propuestas, lo que ellas buscarían o lo que se pretende con ellas es la promoción de la SAN. La mayoría de las acciones pretenden llegar a tomadores de decisión, sensibilizarlos y procurar que la SAN sea incluida en sus agendas.

Una de las acciones más recientes y que está en proceso de construcción es el diseño de proyecto fotográfico sobre Canasta Básica Alimentaria (CBA) en los países del SICA, que lleva por nombre “Cómo como”. Dicho proyecto busca realizar una caracterización de las Canastas Básicas Alimentarias (CBA) de los países del SICA y mostrar gráficamente (por

medio de una exposición de fotos) las CBA de cada país. A través del montaje fotográfico se pretende mostrar el contenido nutricional de cada CBA, su relación entre costos de productos y salarios mínimos. Con esta acción podría estarse generando a futuro una acción que realizaría una especie de llamado de atención a la situación que se vive en cada país para que puedan regularse y armonizarse algunos procesos político-normativos a favor de las poblaciones de los diferentes países centroamericanos.

Otra parte que puede mencionarse como hallazgo de este grupo de acciones de comunicación es que se encuentran algunos diseños más recientes que buscan la sensibilización de otro tipo de públicos como periodistas y formadores de opinión. Este tipo de público que no se observa contemplado de forma constante en la producción de acciones de los programas, puede ser clave para la generación de opinión pública y la elaboración de mensajes dirigidos a tomadores de decisión desde los niveles locales y nacionales, lo que en conjunto podría generar un efecto a nivel regional.

Asimismo, como existen acciones que prometen contribuir a la promoción de la SAN y a la toma de decisiones, también se encontraron algunas que si bien toman en cuenta el PCVPP no consideran aspectos importantes como el contexto en el que se desarrolla el mensaje, su presentación, etcétera, elementos que ayudan a generar condiciones que promueven o garantizan el desarrollo sostenible de la SAN en su diseño, pues el no contemplarlo podría estar cerca de que las acciones que se promueven a través del mensaje se alejen de ese objetivo y sólo se implementen acciones que no generen un impacto o cambio significativo en tema de SAN.

4.4 Web y redes sociales

En cuanto al grupo *Web y redes sociales* se encuentran elementos de promoción de la SAN y de los programas como tales, lo que también involucra o agrega una vinculación estrecha con el Plan de Comunicación y Visibilidad de los programas. Con respecto a la información que contienen tanto el portal del PRESANCA II- PRESISAN, así como el Sistema Integrado de

Indicadores Regionales de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SIRSAN), y también las redes sociales, la información es diversa y podría ser útil para los tomadores de decisión. La información que exponen las tres plataformas anteriores son documentos y estudios científicos, noticias de los programas, boletín de noticias de los países de la región, indicadores de SAN, ente otros.

En este punto es importante resaltar otro hallazgo. Sí bien varias de las acciones comunicacionales generan información de interés para los tomadores de decisión, no se encuentra canal de retroalimentación alguno que garantice que este tipo de materiales es visto o visitado por ellos, por lo que acciones complementarias facilitarían el acceso a dicha información.

4.5 Noticias y boletín

En lo que refiere al grupo *Noticias y boletín*, se encontró que el tipo de noticias se pueden enmarcar en cuatro categorías; y esto, según el ámbito al que se refieren (categorías). Las categorías que se identificaron son: *a) noticias locales*, que abordan los acontecimientos ocurridos en los municipios donde acciona el PRESANCA II y el PRESISAN; *b) noticias nacionales*, que son coberturas de actividades a nivel de país y en que los programas tienen un nivel de involucramiento o participación; *c) noticias regionales*, que son aquellas que abordan actividades de carácter regional, en procesos y coordinaciones en SAN, y en las que también los programas tienen participación. Otra de las categorías es *d) noticias internacionales*, información relacionada a la participación de los programas en países fuera de la región centroamericana.

Con respecto a las noticias, también es una plataforma en la que los programas PRESANCA II y PRESISAN muestran sus posturas ante acontecimientos, celebraciones y actividades que son un espacio para la promoción de la SAN. Dar a conocer los programas y su aporte a la SAN, así como sensibilizar en el tema son algunas temáticas que abordan las noticias, lo que permite una relación directa también con los Planes de Comunicación y Visibilidad. Muchas de las

noticias que permiten expresar la posición de los programas también contienen mensajes que contribuyen a la toma de decisiones (Anexo 4). Las posiciones del programa se enmarcan a la promoción de la SAN en acontecimientos que se han visto como espacios de opinión, por ejemplo, la celebración del Día Mundial del Ambiente donde los programas expresan su opinión ante la temática, por mencionar un ejemplo.

Con respecto a los boletines informativos, los programas comparten con sus públicos información semanal de las noticias realizadas en los territorios y, a su vez, información publicada en los principales medios impresos y digitales de los países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana, relacionada a temáticas SAN (Anexo 5). Esta acción contiene noticias de interés para instituciones relacionadas a la gestión de la SAN en los países de la región, las que están dirigidas por autoridades tomadoras de decisión. Estas se refieren a aquellas autoridades que están vinculadas o forman parte de los niveles directivos de ministerios o instituciones de gobierno, instituciones regionales del SICA, parlamentarios, agencias de cooperación, entre otros.

El boletín informativo o resumen de noticias, además de ser puesto a disposición en la página web y promocionado en las redes sociales, es una acción que sí cuenta con una acción complementaria, pues es enviado vía correo electrónico a un público variado. Se incluyen tomadores de decisión de instituciones de gobierno de los países que forman parte del SICA y representantes de la institucionalidad regional, como por ejemplo instancias nacionales coordinadoras de la temática SAN, directores de ministerios de agricultura, salud, directores y representantes de instituciones regionales como el Consejo de Ministros de Salud de Centroamérica y República Dominicana (COMISCA), del Consejo Agropecuario Centroamericano (CAC), Organización del Sector Pesquero y Acuícola del Istmo Centroamericano (OSPESCA), entre otros. Asimismo, se envía esta información a representantes de agencias de cooperación como la UE, PNUD, AECID, Ministerio de Asuntos exteriores de Finlandia, etcétera.

Al promover la SAN e incluir dentro de los receptores de este boletín a tomadores de decisión, esta acción también se contextualiza dentro de los Planes de Comunicación y Visibilidad de los programas PRESANCA II y PRESISAN.

4.6 Publicaciones técnicas y científicas

En lo que a la categoría *Publicaciones técnicas y científicas* se refiere, dichas publicaciones presentan información estadística de interés para la región. Asimismo, se presentan notas técnicas de temas de coyuntura que, por su temática y forma de abordaje, pueden ser de utilidad para tomadores de decisión y para formadores de opinión o periodistas (Anexo 6). Esta acción está disponible en los sitios web de los programas y algunas son promocionadas en las redes sociales (Facebook y Tweeter), pero no cuenta con acciones complementarias que aseguren que dicha información ha llegado a manos de los públicos mencionados.

4.7 Materiales y eventos de visibilidad

El grupo *Materiales y eventos de visibilidad* muestran, como se mencionó en el apartado de metodología de este trabajo monográfico, todas aquellas reuniones y actividades para la promoción de la SAN, donde, a la vez, se promueve la imagen de PRESANCA II, el PRESISAN y cooperantes – por medio de productos o materiales promocionales que se entregan a los públicos invitados o asistentes de ciertas reuniones, eventos u otras actividades.

En estas reuniones se localizan aquellas que son realizadas entre los programas y tomadores de decisión para coordinar acciones en pro de la SAN, las que quedan corroboradas a través de documentos como ayudas de memoria, proyectos, etcétera. De estas actividades, las que pueden ser mencionadas, por mencionar un caso, y que se sostienen con mayor regularidad son las reuniones entre instancias y Secretarías de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Centroamérica, la que se realiza cada seis meses y en las que se pretende desarrollar acciones conjuntas como región. (Anexo 7)

Con respecto a los materiales de visibilidad son exclusivamente para dar a conocer los programas y los organismos de cooperación. No existe un estudio o un trabajo de indagación formal que indique si dichos productos o materiales contribuyen al posicionamiento de la SAN.

4.8 Otras acciones

En lo que al grupo *Otras acciones* respecta, se trata de acciones o productos que no pueden ser ubicadas en las categorías anteriores, por tratarse de formatos o acciones con particularidades diferentes. Dichos productos tienen una particularidad, que permiten que la temporalidad o vigencia de ellos no se pierda. Un ejemplo de ello es la muestra o exposición fotográfica “Miradas de la SAN”, la que fue inaugurada en el segundo trimestre de 2012 y que aún es presentada en espacios públicos de municipalidades, reuniones nacionales, etcétera. Esta exposición ha estado disponible en espacios en los que tomadores de decisión han podido observarla. (Anexo 8 y 9)

5. LECCIONES APRENDIDAS

De los aspectos que se han caracterizado en el capítulo anterior sobre el manejo de las acciones de comunicación y del proceso del trabajo de comunicaciones en los programas PRESANCA II – PRESISAN se puede comentar sobre algunas lecciones aprendidas.

Las lecciones aprendidas que se presentan son resultado del contacto entre el autor de este documento y la experiencia de trabajo que se realiza en el área de comunicaciones del PRESANCA II y del PRESISAN. Las lecciones aprendidas resultantes de ese contacto aportan en dos sentidos: a) en las experiencias que resultan claves para la promoción de la SAN y b) para la gestión de la promoción de la SAN a través del trabajo de comunicación social del PRESANCA II –PRESISAN. Estas lecciones aprendidas también contribuyen en cierta medida para el desarrollo profesional futuro del autor.

- Por tratarse de que el PRESANCA II y el PRESISAN son considerados proyectos de desarrollo, las exigencias de comunicación de los programas apuntan al campo de las comunicaciones para el desarrollo. El autor contaba únicamente con conocimientos teóricos en dicho campo, por tanto, el proceso de trabajo- estudio, incluyendo la presente elaboración monográfica representa un alto aprendizaje en los conocimientos en SAN y una suma de conocimientos de comunicación.
- Para lograr una mayor eficacia comunicacional debe tomarse en cuenta, en el diseño de cada acción, el objetivo que se desea cumplir y las características particulares necesarias para que estas lleguen a los públicos a los que se desea comunicar.
- En buena medida la producción de materiales con una aceptable presentación estética y una buena estructuración de contenidos se logra mediante una planificación detallada y con base a normas mínimas de calidad. La aceptación o rechazo de una acción de comunicación se ve determinada por el impacto visual que cause y por la calidad del contenido que se aborde.

- Cuando las acciones de comunicación son generales y para públicos muy amplios, y se desea que llegue a algunos en específico, es necesario complementar con otras acciones que reduzcan la posibilidad de duda de si ¿habrá llegado o no el mensaje?
- Cuando las acciones que se desarrollan para la promoción de la SAN son producidas de tal forma que pueden ser utilizadas en cualquier tiempo y lugar, esto contribuye a la sostenibilidad de la promoción de la SAN, pues son acciones que se mantienen en el tiempo. Estas incluso pueden ser aplicables y pueden ayudar a sensibilizar en lugares donde los programas no accionan.
- El no establecer lazos y contactos con los medios de comunicación, periodistas y formadores de opinión puede estar limitando la producción de acciones que generen opinión pública, la que podrían llegar hasta manos de tomadores de decisiones.
- En el proceso de la comunicación para el desarrollo los mensajes son los que permiten la generación de condiciones que posibilitan el desarrollo sostenible. Los medios o las acciones son el canal para que lleguen los mensajes, por tanto la definición de los mensajes determina el impacto.

6. CONCLUSIONES

A partir del análisis de la información y de los hallazgos, este apartado concluye sobre características de las acciones de comunicación sometidas a este estudio primario. También se presentan conclusiones en general de situaciones facilitadoras o limitantes del proceso de comunicación social de los programas PRESANCA II y PRESISAN.

- Por su generalidad, todas las acciones de comunicación que se utilizan y difunden en el marco del PRESANCA II – PRESISAN se contextualizan o enmarcan dentro de los objetivos establecidos en los Planes de Comunicación y Visibilidad de los programas.
- Los productos y procesos no cuentan con diseños que orienten sobre su dirección específica y adecuación a determinados públicos y determinados objetivos.
- Los programas cuentan con un manual de imagen, más no así con manuales de estilo o guías de producción de materiales donde se estandaricen aspectos mínimos de calidad para la obtención de productos que generen impacto – en contenido y visualización-.
- Los tomadores de decisión representan un público prioritario para los programas PRESANCA II y PRESISAN. Se realizan y difunden acciones de comunicación para ellos, pero no se cuenta con acciones de acompañamiento para garantizar que la información hace un contacto directo con ellos.
- El programa no contempla canales de retroalimentación que posibiliten el conocer las posturas de sus públicos. El no contar con ellos no permite evaluar si la labor de comunicación que se está realizando es o no la más efectiva.
- Sí bien existen algunas acciones de comunicación que se enmarcan en un acontecimiento o fecha específica, existen otras acciones que han sido desarrolladas de

tal forma que no pierden vigencia; es decir, pueden ser utilizadas en cualquier tiempo para promocionar la SAN.

7. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se presentan en este apartado responden a sugerencias realizadas para futuras intervenciones que el PRESANCA II y el PRESISAN generen o desarrollen desde su área de comunicación, o bien, para fortalecer los procesos ya existentes, y que en la actualidad son ejecutados por los programas.

- Constatado el hecho que no existen diseños que permitan evaluar las acciones o los procesos de comunicación, es recomendable que los nuevos productos cuenten con fichas de diseño para cada una de las acciones que brinden información acerca de la definición de públicos, objetivos y otros aspectos técnicos de comunicación importantes de manejar en dicha área.
- Por tratarse de que el PRESANCA y el PRESISAN son programas complejos en su gestión y que requieren de intervenciones estratégicas es recomendable que se definan o realice un mapeo del público tomadores de decisiones e instituciones involucradas a las que se pretende llegar con mayor prioridad; asimismo, acordar en los contenidos comunicacionales que se requieren difundir.
- Debido a la importancia que representa la presentación de productos o acciones de comunicación ante los públicos, es recomendable que se realice la elaboración de manuales de estilo o guías de producción de materiales, donde se estandaricen aspectos mínimos de calidad para la obtención de productos que generen impacto – en contenido y visualización-.
- Constatado el hecho que no existe forma de conocer si los productos o acciones de comunicación llegan a los públicos-objetivo, es recomendable la creación de acciones comunicacionales de acompañamiento para garantizar que las acciones de comunicación difundidas tengan más probabilidades de ser vistas o consultadas por los tomadores de decisión.

- Dado que las reacciones de los públicos-objetivo determinan la aceptación, rechazo o discusión de acciones de comunicación, y a su vez, son las que sugieren posibles redireccionamientos o ajustes o el mantenimiento de otras, es recomendable la creación de canales de retroalimentación que permitan la captación de impresiones, reacciones, etcétera.
- Debido a que una característica de la labor de periodistas y formadores de opinión es la generación de opinión pública, y ya que se constata que no existen muchas acciones de este tipo con dicho público, se recomienda que se realice un plan de acercamiento a ellos, que incluya procesos de capacitación sobre el abordaje de la SAN.
- Si bien El PRESANCA II y el PRESISAN cuentan con una diversa gama de medios y soportes de comunicación como videos, audios, noticias, publicaciones, reuniones, exposiciones, entre otros; es recomendable que en su plan de medios se incluya actividades de concientización y acción social, como caminatas, visitas y organización para ayudar a sectores más vulnerables, etcétera.
- Dado que el escenario de SAN es una construcción colectiva de tomadores de decisión y esto sólo puede ser alcanzado por el nivel de sensibilización y compromiso de ellos, es una buena medida realizar producciones o acciones de comunicación que muestran a tomadores de decisión accionando a favor de la SAN. Este tipo de acciones puede causar algún tipo de acción en cadena donde las prácticas pueden reproducirse por otros.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico*. Recuperado en agosto 2013. Disponible en: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/14256/lcl1864p.pdf>
2. Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
3. Mendoza Flores, A. (1994). *Desnutrición y déficit intelectual y físico. Cómo evitar el deterioro a las futuras generaciones*. Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: <http://www.cmp.org.pe/documentos/librosLibres/lnp/cap3.pdf>
4. Ministerio de Salud de Nicaragua [MINSAL] (2012). *Guía de mensajes de comunicación para la salud*. Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: http://www.unicef.org/lac/GUIA_DE_MENSAJES_DE_COMUNICACION_PARA_LA_SALUD.pdf
5. Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2013). *Desarrollo sostenible: antecedentes*. Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
6. Organización Mundial de la Salud [OMS] (2013). *Introducción: ¿Qué es la promoción de la salud?* Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: http://www.paho.org/hpd/index.php?option=com_catalog&view=article&id=4%3Awhatishealthpromotion&catid=8%3Arecources&lang=es
7. Observatorio Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional [OBSAN-R] (s.f.) *OBSAN-R*. Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: <http://www.sica.int/obsan/>

8. Preciado, A & Guzmán, H. (2010). *Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas*. Recuperado en agosto 2013. Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/10599/9724>
9. PRESANCA II – PRESISAN (2011). *Manual de imagen PRESANCA II- PRESISAN*. San Salvador, El Salvador.
10. PRESANCA II – PRESISAN (2011). *Plan de Comunicación y Visibilidad PRESANCA II – PRESISAN*. San Salvador, El Salvador.
11. Sitio web del Instituto de Nutrición para Centroamérica y Panamá [INCAP] (s.f.). Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: <http://www.incap.org.gt/index.php/es/acerca-de-san>
12. Sitio web Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica [PRESANCA II] y Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional [PRESISAN] (s.f.). recuperado en septiembre 2013. Disponible en: <http://www.sica.int/san/>
13. Sitio web Sistema Integrado de Información Regional en Seguridad Alimentaria y Nutricional [SIRSAN (s.f.)]. Recuperado en agosto 2013. Disponible en: <http://www.sica.int/sirsan/Indicadores.aspx>
14. Fondo de las Naciones Unidas para la Niñez [UNICEF (2013)]. *Introducción comunicación para el desarrollo*. Recuperado en septiembre 2013. Disponible en: http://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.html

9. ANEXOS

Anexo 1: [Matriz de sistematización y análisis de las acciones de comunicación](#)

Anexo 2: [Plan de Comunicación y Visibilidad PRESANCA II](#)

Anexo 3: [Plan de Comunicación y Visibilidad PRESISAN](#)

Anexo 4: [Noticia reflexión sobre situación SAN – Día del niño](#)

Anexo 5: [Boletín de noticias SAN 7 al 20 de marzo 2013](#)

Anexo 6: [Publicación: El Dilema del sobrepeso y la desnutrición crónica](#)

Anexo 7: [Ayuda memoria III reunión instancias SAN](#)

Anexo 8: [Noticia Miradas de la SAN inauguración Nicaragua](#)

Anexo 9: [Noticia Miradas de la SAN exposición Ahuachapán, El Salvador](#)