

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

LA COMUNICACION SOCIAL EN LAS ONG's



Licda: Dialma Julieta Quezada Fernández

Guatemala, marzo de 2002

D. L.

14

T(276)

Director

Dr. Wangner Díaz Choscó

Comision Directiva Paritaria

Dr. Wangner Díaz Choscó

Representantes Docentes

Lic. Duglas Barillas

Lic. Hugo Gálvez

Representantes Estudiantiles

Marco Julio Ochoa España

Guilmar Ernesto Bobadilla Rodríguez

Roberto Elías Esquit Meza

Secretario

Lic. Elpidio Guillén

Tribunal Examinador

Licda. Dialma Julieta Quezada Fernández

(Presidente - Asesora)

Lic. Julio Moreno

Lic. Hugo Gálvez

Licda Amanda Ballina (Titular)

Lic. Samuel López (Titular)

Lic. Juan Carlos Fernandez (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 25 de julio de 2,001
ECC 828-01

Señorita
María Alejandra Lobos Vívar
Esc. Ciencias de la Comunicación

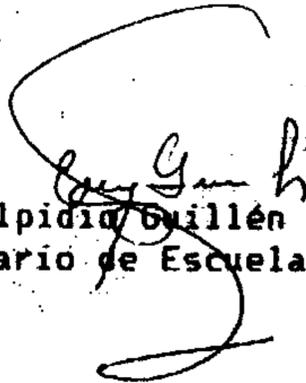
Estimada señorita:

Para su conocimiento y efectos, se permite transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Punto DECIMO SEPTIMO, del Acta No.20-01 de sesión celebrada el 17-07-01.

"DECIMO SEPTIMO:... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante MARIA ALEJANDRA LOBOS VIVAR, Carnet No. 9410085, el trabajo de tesis: LA COMUNICACION SOCIAL EN LAS ONG'S DE GUATEMALA. b) Nombrar como asesora la Lic. Dialma Julieta Quezada Fernández."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Elpidio Guillén De León
Secretario de Escuela



EGDL/lm

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA

Edificio Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12 • Telefax (502) 476-9926, (502) 476-0790/94 extensión 368

Correo electrónico: usacom@usac.edu.gt • Internet: <http://www.usac.edu.gt/escuelas/comunicacion>



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 08 de noviembre de 2001
ECC-1297-01

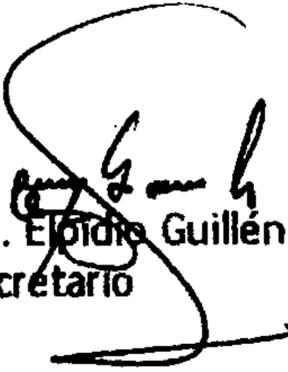
Señorita
María Alejandra Lobos Vivar
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 3.3 del PUNTO TERCERO, del Acta No. 38-01 de sesión celebrada el 05-11-2001.

"TERCERO: ...3.3:... Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales Licda. Dialma Quezada (presidenta), Lic. Julio Moreno y Lic. Hugo Gálvez, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **MARIA ALEJANDRA LOBOS VIVAR**, Carné No. 9410085, cuyo título es: LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS ONGS DE GUATEMALA. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo."
Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Eladio Guillén
Secretario



EG/rmr

Por una Escuela con luz propia



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 18 de Enero de 2002

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____

María Alejandra Lobos Vivar

Carnet No. 9410085, ha realizado las correcciones y

recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es _____

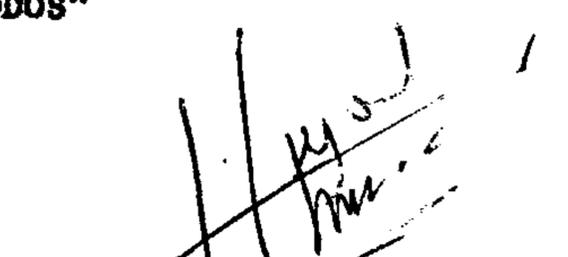
La Comunicación Social En Las ONG's De Guatemala

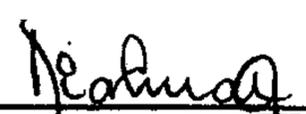
En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Miembro Comisión Revisora
LIC. JULIO MENA
COMUNICADOR SOCIAL
No. Colegiado 5,297


Miembro Comisión Revisora
Lic. Hugo Gálvez


Presidenta Comisión Revisora
Dialma Julieta Quezada Fernández
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Colegiado Activo No. 6,344

cc/estudiante
archivo
correlativo



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 7 de marzo de 2,002
ECC 248-02

Señorita
María Alejandra Lobos Vívar
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimada señorita:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Punto NOVENO, del Acta No. 07-02 de sesión celebrada el 07-03-02.

"NOVENO:... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: LA COMUNICACION SOCIAL EN LAS ONGS DE GUATEMALA, presentado por la estudiante MARIA ALEJANDRA LOBOS VIVAR, Carnet No. 9410085, en base al dictamen favorable del Comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) Se nombra a los profesionales: Licda. Amanda Ballina y Lic. Samuel López (titulares) y Lic. Juan Carlos Fernández (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Licda. Dialma Quezada (Presidente), Lic. Julio Moreno y Lic. Hugo Gálvez, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Elpidio Guillén
Secretario



EG/lm

Dedicatoria

Todo el esfuerzo, el trabajo, los desvelos, los nervios, las alegrías, las tristezas, pero sobre todo el éxito y la satisfacción de este trabajo quisiera dedicárselo:

A Dios por permitirme vivir cada uno de estos momentos que me llevaron a cumplir esta meta.

A María Auxiliadora por ser mi guía siempre.

A mis padres Ernesto y Lolita por darme el empuje en estos años.

A Mamá Tula con mucho cariño .

A mis Hermanos y Cuñados Luis, Carol, Geraldina, José, Carlos, Roo y Silvia .

A mis sobrinos Carol Marie, Luisa, Jimena, Rigel, Hugo, Daniela, Isabela , Gabriela y Silvita(+)

Demás familia.

A mis amigos , Karla, Jennyfer, Oscar, Chejo, Mariño, Monica, Salvador, Lidia, Sergio, Dora, Joaquin, Samuel y Fredy .

Agradecimiento

El ser humano necesita el apoyo de sus semejantes en cada una de las actividades que se propone, este trabajo es un ejemplo de mucho apoyo, intercambio de conocimiento, consejos, inquietudes, que en el transcurso de esta investigación fueron compartidos por cada una de las personas que de una u otra forma interactuaron en el mismo.

Por eso en este pequeño espacio quiero dar las gracias a:

Licda. Dialma Quezada
Licda. Aracely Merida
Lic. Julio Moreno
Lic Hugo Galvez
Lic. Cesar Reyes
Lic. Luis Laparra
Licda Marta Olga Calvet
Licda Viviana Ruiz
Lic. Carlos Interiano.

PRONICE
APAES
Fundación Mirna Mak
Fundación Rigoberta Menchu
CALDH
Fundacion Castillo Love
Defensores de la Naturalesa
Agrupación "Tierra Viva"

Señor Victor Toron
Licda. Magaly Zabala
Pablin. **MUCHAS GRACIAS**

agradecimientos

Para los efectos legales unicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

Índice

Resumen	
Introducción	
Objetivos	
Metodología	
Justificación	
Alcances y Límites	
Capítulo 1	
Comunicación	1
Comunicación Interpersonal	3
Comunicación Popular	5
Comunicación Social	7
Comunicación Organizacional	9
Comunicación Masiva	14
Comunicación Alternativa	16
Capítulo 2	
Origen de las ONG's	21
Origen de las ONG's en Guatemala	22
Aspecto Legal	24
Tipos de ONG's	24
ONG's de Salud y Educación	28
Capítulo 3	
La Comunicación Social en las ONG's	
¿Quiénes Realizan Comunicación social en la ONG's?	39
¿Por qué Realizan Comunicación social las ONG's?	40
¿Cómo Realizan Comunicación Social las ONG's?	41
Capítulo 4	
Principales Problemas que Enfrentan la ONG's que Realizan Comunicación Social	
Económicos	47
Culturales	49
Sociales	50
Comunicacionales	52

Capítulo 5

Propuesta 57

Conclusiones 71

Recomendaciones 75

Bibliografía 79

Anexos

Resumen

Titulo

La Comunicación Social En Las ONG'S De Guatemala

Autora

María Alejandra Lobos Vivar

Universidad

San Carlos de Guatemala

Unidad Academica

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Problema a Investigar

¿Cómo realizan las ONG's Comunicación Social en Guatemala?

Intrumentos Utilizados

Análisis de texto,entrevistas y observación.

Procedimiento Para Obtener Información

Para poder realizar la presente investigación se utilizó, recopilación bibliográfica y documental, en las universidades, centros de documentación de ONG's e instituciones.

También se obtuvo información por medio de entrevistas realizadas a las personas encargadas de la comunicación en las ONG's y profesionales del área de comunicación.

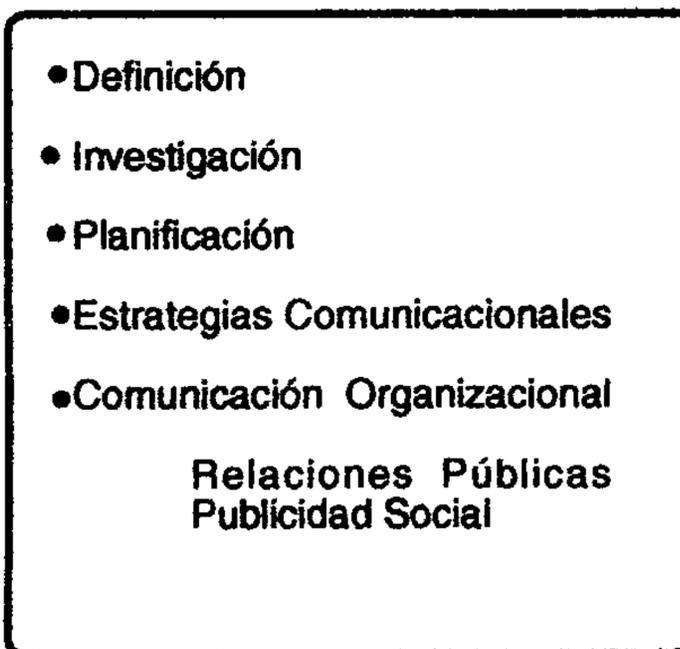
Resultados Obtenidos

La Investigación sobre **Cómo realizan la Comunicación Social Las ONG's de Guatemala?** dio como resultado :

- 1- La Comunicación Social realizada en la mayoría de las ONG's se efectúa de forma empírica,
- 2- Existen muy pocos departamentos de Comunicación establecidos formalmente en las ONG's.
- 3- Los comunicadores que trabajan realizando la labor comunicacional en estas organizaciones son pocos.
- 4- No existe una metodología adecuada para poder guiar la labor de comunicación.

Propuesta

En base a los resultados obtenidos, se plantea en el capítulo 5 un esquema con los siguientes lineamientos.



Introducción

El ser humano es innatamente social, esto debido a la constante relación que mantiene con sus semejantes y que efectúa a través de la comunicación, la cual le permite intercambiar inquietudes, emociones y conocimientos, con cada una de las persona con las cuales convive.

Por esta razón la comunicación se hace indispensable para una sociedad y para todos aquellos que interactúan en ella, sean estos individuos, empresas, organizaciones, instituciones, iglesias.

Basándonos en la importancia que la comunicación tiene tanto para individuos, como para organizaciones, ha surgido la interrogante: ¿Cómo realizan Comunicación Social las ONG's de Guatemala?

Para poder dar respuesta a esta inquietud se ha realizado un trabajo de investigación sobre la Comunicación Social en las ONG's guatemaltecas, lo cual dio como resultado el presente trabajo de tesis.

En este trabajo el lector tendrá acceso a los diferentes conceptos y esquemas comunicacionales, así también conocerá un poco la historia de las ONG's en Guatemala y en Latinoamérica, profundizando en la investigación podrá informarse sobre quiénes realizan, por qué realizan, cómo realizan y cuáles son los principales problemas comunicacionales en las ONG's.

Debido a los resultados obtenidos en la investigación de los temas anteriormente expuestos y a los objetivos que rigen este trabajo, el lector podrá conocer en el capítulo 5 la propuesta que plantea este estudio para mejorar la comunicación social en las ONG's guatemaltecas.

Este trabajo no solo quiere contribuir con las ONG's y con las personas que realizan la labor comunicacional en ellas, también pretende contribuir con los comunicadores egresados y los estudiantes de esta carrera, para que a través de él puedan conocer un nuevo campo laboral.

introducción

Objetivos

General

Determinar a través de una investigación de tipo descriptivo cómo es que se realiza el proceso de Comunicación Social en las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) de Guatemala.

Específicos

Dar a conocer cuáles son las principales características que presenta la comunicación realizada por las ONG's guatemaltecas.

Determinar cuáles son los principales problemas que enfrentan las ONG's guatemaltecas que realizan comunicación social.

Crear una propuesta que basada en los resultados obtenidos en la investigación, ayude tanto a las personas como a las organizaciones que realizan Comunicación Social en Guatemala a poder desempeñar esta labor con mayor eficacia.

Metodología de la Investigación.

Tesis

La tesis que pudo comprobarse en el presente trabajo es : La Comunicación Social realizada por las ONG's se debilita por la falta de un esquema profesional que guié dicho proceso.

Método

El método utilizado en este trabajo de investigación fue descriptivo, el cual permitio analizar, registrar e interpretar la información obtenida en documentos, como la recolectada a través de las observaciones y entrevistas a las ONG's

El Universo y la Muestra

Para realizar la investigación sobre La Comunicación Social en las ONG's, se determino un universo de investigación, este fue conformado por todas aquellas ONG's que se encuentran en el perímetro de la ciudad capital de Guatemala, que se dedican a trabajar en las áreas de salud, educación y que realizan comunicación social.

De acuerdo a estos lineamientos y sobre la base de los directorios de ONG's, editados por MINUGUA, PNUD, El Foro de Coordinadoras en 1997 y el más reciente realizado por ASINDES en 2001, se determinó que el número de ONG's que se dedican en la capital de Guatemala a trabajar en las áreas de salud y educación son en total 174 organizaciones.

Con estas 174 organizaciones se realizó un pequeño sondeo para determinar cuantas de estas, trabajan comunicación social y tienen un departamento específico de comunicación o cuentan con una persona encargada de esta área. Este sondeo dió como resultado que solo 40 de las 174 organizaciones realizan comunicación social de manera notoria y cuentan en algunos casos con una persona o un departamento dedicado a esta área.

Con estos datos se estableció que el universo de la investigación estaba conformado por 40 organizaciones, las cuales presentan una subdivisión de acuerdo a los temas que estas tratan y la población a la cual se dirigen.

De acuerdo a estas subdivisiones se determino que la muestra de estudio tenia que ser de un 20% y representar a cada una de las subdivisiones existentes.

Tomando en cuenta lo anterior se selecciono la muestra aleatoriamente y se conformo por ocho organizaciones.

Organización	Tema o Población
Agrupación de Mujeres Tierra Viva	Feminista
APAES Solidarida	Enfermedades terminales
Fundación Ramiro Castillo Love	Educación
Fundación Rigoberta Menchu Tum	Pueblo Maya
CALDH Humanos	Derechos
PRONICE	Niñez
Defensores de la Naturaleza	Ambientalistas
Fundación Mima Mack	Justicia

Justificación

La importancia de realizar una investigación sobre La Comunicación Social en las ONG's se sustenta en el interés que en estos últimos años a despertado este tipo de comunicación, generando así la apertura de nuevas áreas de trabajo para los estudiantes y los egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Por estas razones la investigación se a propuesto estudiar: Cómo realizan las ONG's Comunicación Social, cuáles son los principales problemas que encuentran las personas que trabajan comunicación en dichas organizaciones y cuál es el esquema que deben seguir para que esta comunicación sea efectiva.

Todo esto con la finalidad de aportar al estudiante, un documento de consulta que contenga bases teóricas que puedan servirle de guía en el desempeño de su papel como comunicador social en cualquier organización o empresa, que realice esta tarea.

La investigación también contribuirá con las organizaciones e instituciones que realizan comunicación social, para que éstas detecten los principales problemas que tienen en el manejo de dicha comunicación, y así se mejore, además la investigación aportara un esquema comunicacional que pueda servirles de guía.

Alcances y Limites

Los alcances que se lograron en este trabajo de investigación fueron: el poder trabajar un tema poco investigado como es la comunicación social en las ONG's, el lograr determinar los principales fallos que existen en la labor comunicacional que estas organizaciones realizan y el más importante el poder exponer los lineamientos que pueden ayudar a mejorar esta labor.

Entre los alcances también podemos mencionar que la investigación puede contribuir en la apertura de nuevos espacios para los comunicadores sociales en cuanto al aspecto laboral.

Los límites que se tuvieron durante la investigación fueron: el universo pues por ser tan extenso se limitó a las organizaciones que se encuentran en la ciudad capital, que trabajan en el área de salud y educación, otros de los límites fueron la falta de información sobre estas entidades, la poca actualización que se tiene en cuanto a los directorios de ONG's, la falta de tiempo y disponibilidad de algunos de los encargados de la comunicación en las organizaciones.

Resumen Capitulo 1

En este capítulo se encuentra contenida la investigación documental realizada sobre el tema de comunicación, la cual se puede dividir en siete tipos de comunicación, a la vez estos son ilustrados por medio de ejemplos y esquemas correspondientes a cada uno.

Comunicación :

Proceso que el hombre utiliza para poder comunicarse con sus semejantes.

Comunicación Interpersonal

Es la comunicación que se trasmite de personas a personas.

Comunicación Popular

Son aquellas practicas comunicacionales desarrolladas por sectores populares, por ejemplo: manifestaciones, teatro y la pintura.

Comunicación Social

Es la que expone en su mensaje una problemática social.

Comunicación Organizacional.

Es el tipo de comunicación tanto externa, como interna que se realiza en una empresa, organización o institución.

Comunicación Masiva

Es aquella dirigida a un público sumamente extenso, heterogeneo y anónimo.

Comunicación Alternativa

Es la que utiliza como canales aquellos medios de comunicación inovadores, ejemplo: graffiti.

Comunicación

El proceso o la forma, que el hombre a utilizado desde sus inicios para poder hacer llegar a sus semejantes sus ideas, es lo que hoy en día conocemos como comunicación.

A lo largo del tiempo varios investigadores han definido el termino comunicación desde su raíces latinas, hasta definiciones más profundas que hacen más comprensible este término.

La Comunicación es compartir información entre destinador y destinatario. La intención de la comunicación es poner en común un mensaje Arbizurez (1984).

“La comunicación es inherente a la esencia social del hombre y la mujer, pues nos comunicamos para interrelacionar y así establecernos como seres sociales” Pedroni (1996).

Para Gil (1978) la comunicación es el acto en el cual se da participación a otro, de lo que uno tiene, es hacer común algo.

“La comunicación es el medio por el cual una persona influye sobre otra y es a su vez influenciada por ella, se convierte en el portavoz real del proceso social” (Villacorta 1987:4).

En conclusión podemos definir el comunicar como el proceso por medio del cual un individuo, un medio, una comunidad, una sociedad, trasmite un mensaje, un sentimiento, un problema, una protesta, a un individuo, un medio, una comunidad o una sociedad y este individuo, medio, comunidad, reacciona y responde al mensaje, enviado otro.

El proceso de comunicación debe contar con varios elementos para poder funcionar.



Emisor: individuo u organización que envía el mensaje.

Referente : tema del cual se encuentran hablando.

Mensaje: conjunto de símbolos transmitidos por el emisor.

Canal: son los medio por los cuales el mensaje es transportado.

Código : lenguaje utilizado en la comunicación.

Receptor: persona o grupo de personas a quienes esta dirigido el mensaje.

Respuesta: son las reacciones del receptor después de recibir el mensaje.

Retroalimentación: es la respuesta del receptor que es comunicada al emisor.

Ejemplo.

Andres y Julio

Andres: Vos Julio ya te diste cuenta que bonita esta la nueva vecina

Julio : ¿ Vos crees que tenga novio

Esquema:

Referente nueva vecina



Andres
Emisor

Mensaje esta bonita



Julio
Receptor

Código Alfabeto Español Canal Voz

Respuesta Pregunta

Retroalimentación ¿Voz crees que tenga novio?



Tipos de Comunicación

La comunicación puede ser vista desde diferentes aspectos, según los canales que use para ser transmitida, el tipo de emisor que la envíe, el tema que se esté tratando etc. De acuerdo a lo anterior se reconocen los siguientes tipos de comunicación.

Comunicación Interpersonal.

Este tipo de comunicación es el más antiguo que el hombre ha conocido, y el más utilizado por este.

La comunicación interpersonal es aquella que se da de una persona a otra, y los principales medios utilizados son la voz y los gestos.

Para Guoron y Roncal (1995) es la que se realiza en los actos más comunes que efectúa el hombre, en su vida diaria, conversación entre madre e hijos, entre amigos, novios, maestros, alumnos o simplemente entre extraños.

Tomando en cuenta el anterior concepto es necesario mencionar que el sustento de este tipo de comunicación son las relaciones interpersonales.

Es por esto que Velásquez (1999) la describe como la comunicación más humana que no puede ser sustituida por otro tipo de comunicación.

Un aspecto muy importante en la comunicación interpersonal, es el uso que en ella se da del lenguaje kinesico, el cual ayuda a reforzar el mensaje enviado a través de la voz por medio de gestos.

Esta comunicación debe ser catalogada como una de las necesidades básicas del hombre, en donde el intercambio de ideas, sentimientos, problemas, lo han hecho socializar con sus semejantes.



Ejemplo:

María y Marta

**María : Marta te diste cuenta que despidieron a Ana
Marta : ¿Y crees que a nosotras nos despidan?**

Esquema



**María
Emisor**

Referente Trabajo



**Marta
Receptor**

Mensaje Despid

Código Alfabeto Español

Canal Voz

Respuesta miedo al despido

Retroalimentación

¿Y crees que a nosotras nos van a despedir?

En conclusión, este tipo de comunicación como lo podemos observar se efectúa en actividades de la vida diaria, que el hombre utiliza para poder socializar con sus semejantes, las principales características de este tipo de comunicación son los medios que se utilizan para transmitir el mensaje como lo es la voz humana y los gestos que muchas veces sustituyen la voz, otro aspecto importante es el alcance reducido de personas a las cuales puede llegar el mensaje.

Comunicación Popular

La comunicación popular se origina como una derivación de la comunicación alternativa, en ella se comprenden dos dimensiones: la realidad y la transformación. Estos aspectos derivados de los objetivos de este tipo de comunicación comprenden el transmitir los mensajes del pueblo basados en la realidad que este vive y que ayuden a transformar la misma.

Mata (1980) "Cuando hablamos de comunicación popular nos referimos a un tipo particular de prácticas llevadas a cabo por los sectores populares, es decir por el conjunto de las clases sometidas a la dominación capitalista"

También es considerada una nueva expresión que sale del pueblo de los grupos populares, que es espontánea y propia de todas aquellas personas que tienen características y cultura semejante. Otro planteamiento dice que este tipo de comunicación, surge por la necesidad que los sectores marginados tenían o tienen de comunicar y de poseer sus propios medios alternativos, con orientaciones políticas. Interiano (1999)

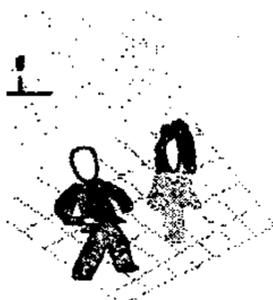
Según Gonzaga (1983) la comunicación popular ésta constituida por experiencias aisladas y educación de bases, dirigidas a organizar y movilizar a pequeños grupos, de modo que estos creen sus propios canales de expresión y manifestación.

En cuanto a los medios de comunicación que este tipo de comunicación utiliza se encuentra el teatro, la pintura, los bailes folklóricos festivos, eventos culturales.

Ejemplo



Obra de Teatro



Referente Corrupción



Actores de Teatro Emisores

Población Ciudad Capital Receptores

Mensaje La corrupción afecta al pueblo

Canal Voz

Código Alfabeto Español

Podemos concluir que la comunicación popular es aquella que valiéndose de medios comunes en una población, como una dramatización, lleva mensajes de contenidos sociales que son de suma importancia, para el bienestar de la población. Las principales características de esta comunicación es el tema al que hace referencia, los medios que utiliza para enviar el mensaje.

Comunicación Social

Aunque este tipo de comunicación a sido utilizado desde hace varios años, es muy importante aclarar, que este termino es dado al proceso comunicacional que se encarga de dar a conocer un tema de la problemática social, y que no es simplemente el proceso de comunicar como es descrito en algunos libros.

La comunicación social tiene como base las diferentes teorías de cambio social, ya que este tipo de comunicación busca a través de la trasmisión del mensaje un cambio en la sociedad que lo recibe.

El proceso de comunicación social es realizado básicamente por organizaciones no gubernamentales locales e internacionales, la iglesia, el gobierno y el mismo pueblo representado en sectores populares.

Una de sus principales características es el mensaje que se trasmite, el cual se refiere a un problema social como es el SIDA, la prostitución y pornografía infantil, la discriminación racial, el analfabetismo, justicia social .

La comunicación social es un proceso que se caracteriza por no vender un producto, sino por plantear un problema cotidiano de la sociedad.
Luis Laparra PRONICE.

Para Ramón Recinos Fundación Mirna Mack, la comunicación social tiene como principal característica la veracidad .

Los medios utilizados en este proceso de comunicación son el conjunto de medios de comunicación existentes en la sociedad, sean estos interpersonales, alternativos, masivos, populares.

La comunicación social también se vale de elementos tan importantes para poder manejar estos medios como las relaciones públicas y la publicidad con razón social.

6

Ejemplo

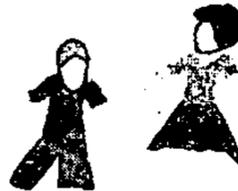


Esquema

Referente **prostitución y pornografía infantil**



PRONICE
Emisor



Sociedad
Receptor

Mensaje **La prostitución y pornografía infantil es un problema en Guatemala**

Canal
Afiche

Código
Alfabeto Español

En conclusión la comunicación social se diferencia de los otros tipos de comunicación por el referente o el tema que esta da a conocer, el cual da a conocer una problemática social, otra de las grandes diferencia entre este tipo de comunicación y los demás es que esta se vale de todos los medios disponibles en la sociedad para hacer llegar su mensaje.

Comunicación Organizacional

Como anterior se mencionó la comunicación es la base de cualquier relación o actividad que el hombre realiza en su vida diaria y en su entorno social, es el proceso que pone en movimiento e inyecta dinamismo a todas las estructuras sociales sin importarle su orden (escuelas, familia, club, organizaciones, empresas).

Tomando estos aspectos debemos enfocar la comunicación desde un punto de vista organizacional o empresarial.

Para Collado (1991) este consiste en el conjunto de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre esta y su medio.

Mc Phee (1985) la comunicación organizacional es la que se forma y que da forma a los procesos de las tareas y a la estructura formal en la organización.

La comunicación organizacional también es descrita como un medio importante que tiene cada organización para poder adaptarse a los cambios que experimente como sistema, tanto desde dentro como desde afuera.

Se encuentra formada por dos tipos de comunicación como lo son la comunicación externa y la comunicación interna

Comunicación Interna.

Este tipo de comunicación puede definirse como todos aquellos mensajes que influyen entre los miembros de una organización.

La comunicación interna se puede ver reflejada en el organigrama de cualquier organización o empresa, en el se pueden observar las diferentes relaciones que en dicha entidad se manejan y las diferentes jerarquías.

También la comunicación interna tiene sus divisiones entre ellas encontramos la comunicación horizontal vertical ascendente y vertical descendente

Comunicación Horizontal

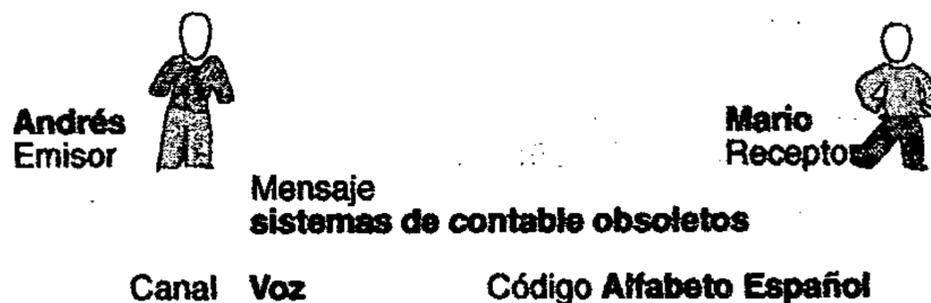
Este tipo de comunicación es el que se da entre los miembros de una organización que comparte el mismo nivel de jerarquía.

Ejemplo

Andrés Jefe del departamento de Sistema
Mario Jefe del departamento de Contabilidad.

Andrés *Es necesario realizar cambios
en los sistemas contable*
Mario Si yo lo he pesado también

Referente **Sistemas de Contabilidad**



Comunicación Vertical Ascendente

Este tipo de comunicación es aquella que se da entre empleados y jefes.

Ejemplo

Paula Contadora
Mariana Gerente Administrativo

Paula Memorandum

La falta de información sobre las políticas de la empresa en cuanto a los pagos de bonificaciones crea desconfianza en el personal.

Mariana
Gracias, se emitirá un comunicado sobre este tema

Esquema

Referente **Política de Empresa**



Paula
Emisor



Mariana
Receptor

Mensaje **Falta de Información**

Canal **Papel y tinta** Código **Alfabeto Español**

Comunicación Vertical Descendente

La comunicación vertical descendente es la que se da entre jefe y empleado.

Ejemplo

Antonia Gerente General
Mario Jefe departamento Contabilidad

Antonia Necesito para el jueves a las 3 de la tarde los datos de ingresos de la empresa.

Mario Los datos estarán en su escritorio el jueves .

Esquema

Referente **Ingresos de la Empresa**



Antonia
Emisor



Mario
Receptor

Mensaje **Urgen para el jueves datos de Ingresos**

Canal **Teléfono** Código **Alfabeto Español**

En estos tipos de comunicación se deben de tomar en cuenta que existen diferentes tipos de mensaje, los cuales son determinados por la relación en cuanto a jerarquías que los miembros de la organización o empresas tengan, otro aspecto importante son los canales o medios que se tienen para poder hacer llegar el mensaje, entre estos se encuentran los memorandum, las circulares, las reuniones de trabajo, los mensajes enviados por la red de sistemas internos, los informes de trabajo, las pláticas telefónicas, los audiovisuales etc.

Al realizar comunicación organizacional interna se debe de tomar en cuenta que existen muchas barreras que pueden estropear este proceso. Entre las más comunes encontramos las barreras semánticas, las físicas, psicológicas y las administrativas.

Comunicación Externa

La comunicación organizacional externa es la que se hace fuera de la organización, este tipo de comunicación relaciona a la organización con su entorno. En esta se trata la comunicación entre organización y su público, la organización y las demás organizaciones sean estas de su mismo genero o no.

El tipo de comunicación externa involucra dos aspectos importantes que son la publicidad y las relaciones públicas.

Relaciones Pública

Las relaciones públicas son las funciones directivas continuas y organizadas, de las cuales se vale una organización, una institución pública o privada para tratar de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de los públicos con los que esta y deberá estar relacionada, y de los cuales se vera evaluada constantemente, por medio de la opinión pública.

Las principales funciones de las relaciones públicas son proporcionar una buena comunicación interna en la organización, crear

una buena imagen de la organización, conocer los públicos, conocer las crisis comunicacionales que representen situaciones negativas. Pellecer (1998)

Aunque las relaciones públicas son uno de los principales medios de la comunicación externa, también cumple el papel de mantenimiento de la imagen en la comunicación interna, en donde se encarga de la realización de boletines internos, los folletos de inducción sobre la visión de la organización, circulares, avisos en la cartelera de anuncios.

Las relaciones pública se encargan de dar a conocer, la visión, las posturas, los fines, la labor, de una determinada organización, con el fin de crear en el público externo una imagen positiva de la organización.

Esta imagen es manejada a través de, conferencias de prensas, comunicados, patrocinios, reuniones con otras organizaciones, congresos.

Estos son los medios más utilizados, pero no son los únicos que pueden ser útiles para labor de las relaciones públicas, pues esta puede valerse de una simple plática o de la colocación de su logotipo en una campaña para poder dar a conocer una organización.

La Publicidad

La publicidad es la encargada de manejar de una forma comercial la comunicación de la empresa, su imagen, sus productos.

Para Antona (1991) la publicidad tiene por objetivo estudiar los procedimientos más adecuados para divulgar ideas y establecer relaciones de orden económico entre individuos en situaciones de ofrecer mercancías o servicio.

Es necesario decir que aunque el fin de la publicidad se ha tomado siempre de forma comercial, también la publicidad tiene su fin social en donde esta se utiliza para hacer pública una situación que afecte a la sociedad o para dar apoyo a la estrategia de relaciones públicas.

Las técnicas que la publicidad utiliza para poder hacer público estas ideas sean sociales o comerciales son, información, la repetición, la descripción, la persuasión, la motivación y la creación de imagen. Cabrera (2001)

La publicidad es una de las piezas importantes en la comunicación de la organización, pues a través de ella se puede dar la comunicación de las ideas que la empresa quiere transmitir a una sociedad de manera creativa.

Comunicación Masiva.

La comunicación masiva como su nombre lo indica es aquella que es dirigida a un grupo grande de personas.

El surgimiento de este tipo de comunicación se encuentra sumamente relacionado con el surgimiento de medios cuyo alcance es de masas, lo cual a llevado a las personas a identificarla únicamente con estos medios.

Pero es necesario aclarar que este tipo de comunicación no se limita a ser transmitida en los comunes medios de comunicación, la radio, la televisión y el periódico, sino también esta puede darse en convenciones, en los cines y en la vía pública a través de vallas publicitarias.

La comunicación masiva es descrita por De la Mota (1988) como el proceso social que permite que los hombres puedan intercambiar sus ideas, de una manera organizada, a una audiencia grande y heterogenea.

Es necesario destacar que para que este tipo de comunicación se lleve a cabo se necesitan varios aspectos, los cuales para Wright (1995) son, audiencia relativamente grande, heterogenea y anónima. Para este investigador también es necesario destacar que este tipo de comunicación se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria.

Es necesario definir que los medios de comunicación que son utilizados hace que esta cuente con la rapidez y la transitoriedad que la caracterizan, entre estos se encuentra la radio, la televisión, el periódico, la Internet, las convocatorias.

Ejemplo



Esquema Referente Aumento al IVA



Prensa Libre Emisor



150,000 guatemaltecos Receptores

Mensaje: Aumento de precios crisis económica

Canal Código
Papel tinta Al fabeto Español

Para concluir, la comunicación masiva es aquella que ha traspasado la comunicación interpersonal y es un hecho importante para un público extenso, generando la necesidad de ser cubierta por los medios de comunicación con alcance de masas. En el esquema podemos observar que las características principales de este tipo de comunicación es el medio que utilizado, la cantidad de público al que llega, la rapidez con la que estos medios hacen llegar el mensaje y la corta vida que este tiene.

Comunicación Alternativa.

El termino alternativo en comunicación se utiliza por primera vez en Latinoamérica en la década de los sesenta. El surgimiento de ésta comunicación se da por la necesidad de información que tenían diferentes sectores de la sociedad, que no eran cubiertos por las cadenas internacionales y los medios dominantes locales. Es por esto se le denomina la contraparte de la comunicación dominante.

Para muchos este es un tipo de comunicación es especializada ya que en ella se tratan temas específicos que interesan a un sector determinado, pero cabe aclarar que la comunicación alternativa no puede enmarcarse solo en esta definición.

La comunicación alternativa es un enfoque de comunicación que busca un proceso más amplio de relación democrática fundamentado en la practica de la mayoría de sectores de la sociedad Guoron y Roncal (1995)

Es considerada comunicación alternativa aquella comunicación que salto de la pantalla de televisión, de los diarios, las emisoras de radios y se dirigió a las paredes de los edificios (Interiano 1999:90)

Los medios que este tipo de comunicación utiliza son como anteriormente se menciona, especializados de tinte social entre estos se encuentran revistas, pequeños periódicos, boletines, las mantas, los graffiti, auto parlante, emisoras locales, canales de cable.

Ejemplo



Esquema

Referente **Amor**



Pedro
Emisor



Ana
Receptor

Mensaje **Te amo**

Canal
Graffiti

Código
Alfabeto Español

En conclusión la comunicación alternativa es aquella que el hombre a utilizado para hacer llegar su mensaje a la sociedad a través de formas innovadoras y más propia de los grupos minoritarios, este tipo de comunicación se puede decir que es especializada y de tinte social. Las características que la diferencian de los otros tipos de comunicación son, el emisor o persona que envía el mensaje, estas son grupos especializados en temas sociales, medios que utiliza para hacer llegar el mensaje y las personas a las cuales llega el mensaje, estas no solo se diferencian en cantidad sino en intereses y cualidades del resto de la población.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

Capítulo 2

Resumen Capítulo 2

En el capítulo 2 se encuentran la definición ONG, así también una breve historia de lo que son los inicios de estas organizaciones tanto en latinoamerica como en Guatemala, continuando el capítulo podemos encontrar los diferentes tipos de ONG's y la definiones de cada uno de ellos, además aqui se encuentra contenido datos importantes de las organizaciones que fueron objeto de estudio en esta investigación.

Con el término ONG's son conocidas todas aquellas organizaciones que no pertenecen al gobierno y que se dedican a trabajar por el bienestar de la sociedad.

En Guatemala se conocen como ONG's aquellas asociaciones, fundaciones , cooperativas y sociedades civiles formadas por un determinado grupo.

Los inicos de este tipo de organizaciones en Guatemala se remontan a la década de los 50, los principales impulsores de estas organizaciones son las iglesias misioneras y los grupos cristianos, y laicos.

Las primeras organizaciones que se fundaron fueron las de asistencia social y del área de salud, las cuales se dedicaban al cuidado de los huérfanos , minusválidos y ancianos.

Organizaciones no Gubernamentales.

Las organizaciones no gubernamentales son conocidas comúnmente en el ámbito guatemalteco como ONG's. Pero es muy importante recalcar que este término en los últimos años a sido estudiado por diferentes investigadores los cuales las describen más técnicamente.

Para Velásquez (1997) la ONG es una organización sin fines de lucro intermediarias entre comunidades y gobiernos, agencias y /o organismos nacionales como internacionales, que tienen como fin complementar la acción supletoria gubernamental.

Cesar Reyes director de PRONICE (25 de junio, 2001), las describe como organizaciones que no tienen relación directa con el gobierno, que reciben apoyo principalmente de las agencias extrajeras y que legalmente son reconocidas como Fundaciones, Asociaciones, Sociedades Civiles y Religiosas.

Alvarado 1996 describen con el término ONG's a los organismos de cabildeo, de servicios y promoción humana que no pertenecen a la esfera gubernativa.

Para la investigación el término ONG's, es dado a aquellas organizaciones no gubernamentales que se dedican a realizar proyectos que benefician a la sociedad guatemalteca, en las diferentes áreas de salud, educación, infraestructura, medio ambiente, desarrollo sostenido, microempresas, de derechos humanos etc.

Orígenes de las ONG'S

El origen de las ONG's en América Latina se da en los años 50 y tiene su fundamento en el interés de los países desarrollados en sacar de la crisis económica y social a los países latinoamericanos. Creando así programas de ayuda económica e instituciones internaciones, las cuales tenían como principal objetivo el impulsar el bienestar económico.

Entre las instituciones que surgen se encuentran: Banco Internacional de Desarrollo (BID), la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL) de las Naciones Unidas, El Banco Mundial (BM) y la Agencia Internacional para el Desarrollo de Estados Unidos (AID), el Pacto Andino y el Mercado Común Centroamericano.

Las limitaciones que presentaron las instituciones internacionales para poder afrontar la problemática en esta región, crean la necesidad de las entidades de cooperación para el desarrollo Internacional, quienes su principal función es buscar fondos para los proyectos de desarrollo de las ONG's.

Existen otros factores por los cuales se cree que se da el surgimiento de las organizaciones no gubernamentales: lucha por la democracia, desarrollo de las ciencias sociales, la búsqueda de modelos alternativos de desarrollo económico y social y la crisis de la iglesia católica.

Origen de las ONG's en Guatemala.

El inicio de las organizaciones no gubernamentales en Guatemala se da al igual que en Latinoamérica en la década de los años 50. En esta época el país se encontraba sumergido en el tema del desarrollo, el gobierno impulsaba la donación de tierras, créditos y asistencia técnica.

Los principales impulsores de estas organizaciones son las iglesias misioneras y los grupos cristianos laicos, quienes se dedicaban a la asistencia de la población necesitada (ancianos, enfermos, huérfanos y minusválidos).

En 1956 ante el incremento de las ONG's, se crea el consejo de Bienestar Social. Esta es una asociación de carácter privado sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es agrupar a todas las organizaciones de beneficencia gubernamentales y no gubernamentales.

En 1960 se presenta un cambio importante en las ONG's pues con la influencia de instituciones como la "Alianza para el Progreso" y el Concilio Vaticano II, muchas de estas organizaciones dirigen sus actividades, al área de infraestructura, a la tecnología agrícola, a la alfabetización, a la educación popular y la concientización de grupos de base.

En esta época la AID apoya la creación de cuatro organizaciones IDESAC, EACA, CAPS y Berhost

La catástrofe sufrida con el terremoto de 1976, ocasiono el surgimiento de otras organizaciones, que tenían como principal objetivo la asistencia a la población afectada y la reconstrucción del país.

De 1979 para 1985 las ONG's sufren un estancamiento, debido al conflicto armado interno que el país sufría, otro aspecto que debilito el surgimiento de las organizaciones fueron los continuos golpes de estado, lo que ocasiono un aislamiento internacional.

Con el primer gobierno civil electo en 1986 se abre un nuevo periodo para las ONG's, esta época se caracteriza por la apertura política, el final del aislamiento internacional, la compensación social. En este primer gobierno se implemento en el país los Fondos de Inversión Social, se crea el programa de microempresas.

Otra época importante en la historia de las ONG's es de 1991 a 1996 en donde ocurre la negociación y firma de la paz, aquí se crean organizaciones dedicadas a temas de promoción y vigilancia de los derechos humanos, a la reivindicación indígena, y también se da el surgimiento de organizaciones dedicadas a la operacionalización y análisis de los acuerdos de paz.

En la actualidad en el ámbito nacional se cuenta con una cifra importante de entidades de este tipo, que se encuentran trabajando en diferentes áreas del país en donde los proyectos comprenden salud, educación alimentación, capacitación agrícola, problemática social (SIDA, prostitución, pornografía, alfabetización).

Aspectos Legales de La ONG's

En cuanto al aspecto legal que deben cumplir las ONG's, para poder funcionar en Guatemala, se encuentra el poseer una personalidad jurídica, que las identifique como asociaciones y fundaciones. La ley que regula este tipo de personalidad jurídica, se encuentra contenida en el código civil, cada organización también debe regirse a un reglamento.

Actualmente se han dado reformas en el código civil con respecto a este tema específicamente en el artículo 18, también se han registrado cambios en cuanto a los lugares donde deben registrar las organizaciones su personalidad jurídica. Para las asociaciones se debe presentar la escritura pública en el registro civil para ser inscrita y para las fundaciones estas deben ser registradas en el ministerio de gobernación.

De conformidad con la ley las organizaciones deben de estar conformadas por una asamblea general, una junta directiva, y asociados, además se deben de establecer estatutos que debe cumplir la organización y que serán aprobados por el ministerio de gobernación.

TIPOS DE ONG's

En las diferentes investigaciones realizadas sobre las ONG'S en Guatemala se dan varias clasificaciones tomando en cuenta varios aspectos, como su origen, su carácter, su esquema, su lugar de acción, por su fuente de recursos financieros, por su mandato, su identidad, el tipo de proyecto que desarrolla.

Según los estudios realizados por CEIDEC (1993) los tipos de ONG's pueden clasificarse de acuerdo a su función de origen, su carácter, su esquema generacional.

Por su Origen.

Por su origen estas pueden ser de orientación religiosa, de orientación política, de orientación económica, técnica y productiva.

Por su Carácter

De acuerdo a este aspecto se pueden dar organizaciones internacionales, locales, populares, centros de investigación y apoyo.

Por Esquema Generacional:

En cuanto al esquema general las ONG's se pueden mencionar que existen organizaciones de primera, segunda y tercera generación.

La Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales (AVANCSO) y el Instituto para el Desarrollo Económico y Social de América Central (IDESAC), plantea en 1990 los siguientes tipos de organizaciones no gubernamentales.

De Iniciativa Empresarial:

Estas tratan de demostrar la factibilidad de proyectos neoliberales, en las áreas de salud y educación, son sostenidas por instituciones privadas y la AID.

Financiadas por AID y las Iglesias Fundamentalistas Norteamericanas:

Su principal prioridad son los problemas de asistencia inmediata y socorro, su área de trabajo son las de conflicto.

Independientes:

Estas reciben un financiamiento euro-canadiense, sus proyectos son enfocados a promover la participación popular y la autosuficiencia.

Impulsada directa e indirectamente por el Estado:

Son aquellas que dependen de las políticas gubernamentales y sus propósitos es captar y canalizar fondos internacionales para proyectos estatales.

Nacidas por Iniciativa Local:

Son las que están ligadas a las necesidades comunitarias, en ella se incluyen proyectos de infraestructura, de producción y promoción social.



Para Alvarado (1996) existen cinco tipos de organizaciones no gubernamentales.

ONG's de Desarrollo.

Las cuales son descritas como organizaciones independientes que se dedican a impulsar el desarrollo en comunidades necesitadas de la república.

Fundaciones Privadas de Desarrollo.

Este tipo son aquellas que su recurso financiero lo obtiene de las grandes empresas nacionales, son conocidas como el brazo social de la iniciativa privada, su trabajo lo desempeñan en las áreas de influencia industrial.

Organizaciones para las Víctimas.

En estas organizaciones se busca la orientación de las víctimas de conflictos armado, maltratos, explotación, para reivindicación de sus derechos, su recurso financiero lo obtienen por medio de otras organizaciones y fundaciones internacionales.

ONG de Base Comunitaria o Local.

Estas son creadas por intereses específicos de grupos comunitarios y son localizadas en la misma comunidad.

Organizaciones Caritativas.

Aquí se agrupan todas aquellas que se dedican a la beneficencia y que son de carácter religioso y social. El principal apoyo económico de estas instituciones es internacional y religioso.

Para el Licenciado Cesar Reyes Director del Pro Niño y Niña Centro Americana (PRONICE) los tipos de ONG's existentes en Guatemala deben ser catalogadas legalmente, internacionalmente y por Organizaciones Populares

Legalmente las organizaciones se clasifican en Asociaciones, Fundaciones y Sociedades Civiles.

Organizaciones Populares

Este tipo de organizaciones son las que representan parte de la sociedad, aquí se comprenden los grupos de mujeres, trabajadores y comunidades.

Internacionales

Aquí se comprenden las Agencias de Cooperación, las organizaciones que son creadas por los gobiernos internacionales y locales y a las organizaciones privadas.

En conclusión los tipos de ONG's que en nuestro país existen pueden clasificarse simplemente tomando en cuenta: el grupo de personas que atienden, los programas que desarrollan, o simplemente el lugar donde se localizan.

Por el grupo personas que atienden,

Aquí se encuentran las organizaciones de genero, las organizaciones dedicadas a la niñez, las organizaciones dedicadas a las personas de la tercera edad, a los campesinos, al pueblo maya.

Por los programas que desarrollan

Las organizaciones pueden ser de salud, de educación, de desarrollo comunal, de producción pecuaria, ecológicas, agrícolas, de asistencia a los refugiados.

Por el lugar donde se encuentran

Esta clasificación es la más simple ya que son reconocidas como locales, departamentales o nacionales.

Organizaciones no Gubernamentales del área de Salud y Educación. Los orígenes de este tipo de organizaciones se remonta a 1950, la primera organización en el área de salud se encontraba a cargo de las Hermanas de la Caridad, en cuanto al área de educación estas tiene su origen en los programas de alfabetización y educación popular.

En la actualidad existen aproximadamente 230 organizaciones en el ámbito nacional que se dedican a trabajar programas en estas dos áreas en Guatemala.

Estas organizaciones trabajan temas de mucha importancia como lo es las enfermedades terminales como el SIDA, la educación sexual, el maltrato infantil, el analfabetismo, la justicia social, el valor de los pueblos mayas, la promoción de los derechos humanos, la igualdad entre mujer y hombres y la conservación del medio ambiente.

Agrupación de Mujeres Tierra Viva

La asociación de Mujeres Tierra Viva fue fundada en 1986, por la inquietud de tres mujeres, quienes decidieron trabajar por una participación más activa en la sociedad guatemalteca de la mujer.

La misión de esta institución es reducir la desigualdad y inequidad entre los hombres y las mujeres, aportar para que la mujer tenga acceso a la información, puedan hacer valer sus derechos y manifestarse públicamente.

Internamente la agrupación se encuentra conformada por tres campos de acción, divulgación, capacitación y de trabajo organizativo directo, además cuenta con grupos de apoyo.

Para realizar su trabajo la agrupación lo divide en cuatro fases que inician el 8 de marzo con el día internacional de la mujer, el 28 de mayo el día de la Salud Integral de la Mujer, el 21 de junio con el día de la Educación para la igualdad con equidad, y culmina el 25 de noviembre con el día de la no violencia contra la mujer.

Con base a estas fechas y las conmemoraciones la organización en su departamento de divulgación prepara, programas radiales, folletos, trifoldares, textos, charlas, conferencias, seminarios, foro, que tratan temas importantes como la participación política y ciudadana de la mujer, la diversidad sexual, la planificación familiar, los derechos de la mujer.

En cuanto al objeto de estudio de esta investigación, podemos mencionar que: a agrupación no cuenta con un departamento específico, ni con una personas especializada en el área de comunicación, pero sin embargo esta organización como en el parrafo anterior se describio si realiza comunicación social.

La Fundación Ramiro Castillo Love

La fundación Ramiro Castillo Love fue creada el 29 de enero de 1993 con el propósito de ayudar en la educación de la población guatemalteca.

Los objetivos principal de la fundación son reducir el analfabetismo, fortalecer y promover una actitud cívica en los guatemaltecos

Para poder cumplir los objetivos la fundación se ha unido a los esfuerzos realizados por otras instituciones que trabajan en pro de la educación, entre estas se encuentra CONALFA, El Fondo de Inversión Social, PRONADE, SEPREDI y la Asociación de Amigos del país.

Los programas que la fundación trabaja son tres, el primero es el de Educación Básica Integral, este programa se lleva a cabo en las escuelas unitarias del ministerio de educación. El segundo programa es el de Autogestión Educativa en Baja Verapaz, este comprende la contratación de maestros, alimentaciones complementaria para los niños, textos, capacitación a docentes y madres. Y el tercer programa de Atención al Niño en Sobriedad, este programa es dirigido a niños de 9 a 14 años.

En la actualidad la fundación se encuentra desarrollando un nuevo programa en el área de computación, en el se desarrollan textos para los voluntarios que trabajaran con los niños.

El área de comunicación la fundación cuenta con medios de comunicación propios, siendo estos un boletín trimestral llamado Educar, un sitio en Internet, una memoria de labores anuales. Además de estos medios, la fundación se apoya en campañas publicitarias, publicaciones en prensa, debido que la fundación no cuenta con un departamento de comunicación ni un profesional especializado en el area, todas estas actividades son coordinadas por una agencia de publicidad quien se encarga de manejar cualquier actividad que corresponda a esta área.

Asociación de Prevención y Ayuda a Enfermos de SIDA (APAES)

La Asociación de Prevención y Ayuda a Enfermos de SIDA, fue formada en 1990 con el fin de ayudar a personas que viven con SIDA.

APAES tiene como misión proveer educación preventiva a la población, en los sectores de la educación formal e informal, en las enfermedades de transmisión sexual, así como proporcionar apoyo integral y acompañamiento continuo a los infectados.

El trabajo que APAES realiza es desarrollado por una unidad de investigación, evaluación y desarrollo de proyectos, además de esta unidad se cuenta con dos programas de apoyo y educación para las personas que se encuentran infectadas con SIDA.

El programa de educación tiene como objetivo la información y prevención sobre: infecciones de transmisión sexual, el virus de inmunodeficiencia humana y el síndrome de inmunodeficiencia adquirida, para trabajar este programa se hace a través de la capacitación de los maestros de educación primaria, en esta capacitación se incluyen libros de textos especiales conteniendo la información sobre el SIDA en un lenguaje adecuado al grado educación de los niños.

Aunque la asociación no cuenta con un departamento específico dedicado a la comunicación, ni con un profesional en esta área, si se cuenta con una persona encargada de las relaciones públicas de la asociación.

Las actividades que APAES realiza en cuanto a comunicación se refiere son, charlas, foros, conferencias, seminarios, entrevistas, reportajes, ferias científicas y de la salud, estas actividades ayudan a dar a conocer a la asociación y la enfermedad del SIDA, a la población guatemalteca.

Fundación Mirna Mack

Fue creada en 1993, como un homenaje a la memoria de la antropóloga e investigadora social guatemalteca, Mirna Mack, quien fue asesinada el 11 de septiembre de 1990, entre los principales trabajos realizados por Mirna Mack se encuentran la fundación de la Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales(AVANCSO) y el trabajo con la población desplazada por el conflicto interno del país. Es por esto que la fundación nace de la necesidad de dar a conocer a la sociedad lo aprendido y adquirido en la lucha por la justicia.

El trabajo de la fundación se dirige a elaborar estudios y propuestas que consoliden el sistema de justicia. Los principios por los que la fundación se rige son, el respeto a la dignidad, la igualdad de derechos y el reconocimiento a la pluralidad ideológica y cultural.

Para realizar el trabajo que la fundación se propone se han creado: programas de investigación y análisis, este se encarga de analizar y elaborar propuestas sobre los temas de justicia, seguridad y defensa; programa de formación y capacitación, encargado de proporcionar a las comunidades elementos básicos para solucionar, los problemas legales más comunes, este programa también

La fundación Mirna Mack en cuanto a comunicación social se refiere, no cuenta con un departamento de comunicación específico, pero sí con dos profesionales en el área de comunicación y con un pequeño medio de comunicación consistente en un boletín que se publica cada cuatro meses, también se realizan folletos, libros de texto, comunicados, conferencias, charlas, programas de radio y pequeñas campañas de denuncia con temas determinados.

Centro Para la Acción Legal en Derechos Humanos CALDH

CALDH se inicia como un proyecto de derechos humanos por un grupo de guatemaltecos en Estados Unidos en 1989, después de funcionar varios años fuera de Guatemala en 1994 se establece en el país como el Centro Para La Acción Legal En Derechos Humanos. Por las razones anteriormente expuestas CALDH cuenta con una doble personalidad jurídica.

La misión que el Centro se propone es promover y defender sin discriminación la vigencia de los derechos fundamentales de las personas, sean estos civiles, políticos, culturales, sociales, económicos y del medio ambiente.

Para CALDH la población a la cual quieren hacer llegar sus programas son aquellas que son más vulnerables, que no poseen los recursos y que son excluidas.

El trabajo que CALDH realiza lo hace a través de sus áreas de trabajo, como lo es el área de fortalecimiento al poder civil local y desarrollo democrático municipal, área de los pueblos indígenas, área legal, área de derechos de las personas con discapacidad, área de derechos de la mujer, área de derechos de la niñez y la juventud, área administrativa y la unidad de comunicación. Cada una de estas áreas cuenta con sus propios programas especializados en los temas que estas tratan.

también se apoya en programas de radio que ella misma coordina, a esto se suma las publicaciones, folletos, afiches, material didáctico y comunicados de prensa.

Defensores de la Naturaleza.

La Fundación Ambientalista Defensores de la Naturaleza, fue creada en 1987 con el fin de proporcionar a la población educación ambiental, que le ayude a preservar su medio ambiente.

En 1990 la fundación toma un nuevo giro en cuanto a su fin inicial, la focalización del trabajo se dirige a las áreas protegidas, siendo la primera de estas áreas la reserva de las Biosfera de las Sierras de las Minas, en esta área la fundación cumplió diez años de trabajo. Además de la Sierra de las Minas la fundación tiene a su cargo, el Refugio de la Vida Silvestre Bocas del Polochic, ubicada en Izabal, el Parque Nacional Sierra de Lacandon, ubicado en Peten, el Parque Naciones Unidad, ubicado en Amatitlan.

La misión de la fundación es trabajar eficientemente por el cuidado, conocimiento, recuperación y por el uso sostenible de la naturaleza, a través de la participación activa de la sociedad.

Internamente la fundación se encuentra organizada por departamentos entre estos los de Contabilidad y Finanzas, Recursos Humanos, de Desarrollo Institucional, Sistemas y Dirección Ejecutiva. Cada uno de estos departamentos desarrolla programas específicos en cuanto a la protección de las reservas naturales.

Aunque la fundación ambientalistas no cuentan con un departamento específico de comunicación social, ni con profesionales especializadas en esta área, si existe miembros de la misma que se dedican a esta actividad, entre estas se encuentran programas radiales, documentales ambientalistas de televisión, reportajes en prensa, suplementos especiales en este medio, además de esto también se tiene el apoyo de medios alternativos, folletos afiches, trípticos, charlas, capacitaciones, que contienen material educativo dirigido a la población.

Fundación Rigoberta Menchu Tum

La Fundación Rigoberta Menchu fue creada por la Premio Nobel, en México en 1993, y luego en el año de 1994 la fundación fue creada en Guatemala.

El propósito de la fundación es la defensa y promoción de los derechos humanos y los derechos específicos de los pueblos mayas.

La fundación quiere contribuir con la sociedad guatemaltecas, en la formación de la Paz, la promoción de los derechos humanos, los derechos de los pueblos mayas, la promoción de los pueblos mayas, derechos de la mujer y los derechos de los niños. Además la fundación quiere contribuir con el desarrollo de la nación

Para poder contribuir en estos aspectos la fundación trabaja en tres áreas, el área de Educación, la que se encarga de promover la educación cívico ciudadana, capacitar a los educadores en la enseñanza bilingüe, también se desarrollan en esta área proyectos que incluyen visitas de los premios nobel. Otra de las áreas es la encargada de los pueblos mayas este impulsa las iniciativas mayas de paz, la declaración de los derechos de los pueblos mayas. La ultima de estas áreas es la de la lucha contra la impunidad.

La fundación Rigoberta Menchu no cuenta con un departamento de comunicación social, pero si con una persona encargada de política, relaciones publicas y comunicación. En esta área las actividades que la fundación realiza son comunicados de prensas, libros de textos, trifoliales, afiches, con temas específicos de las áreas y programas que trabaja la fundación. Además se cuenta con un medio electrónico que es enviado a los afiliados con información de actividades de la fundación.

**Pro Niño y Niña Centroamericana.
PRONICE**

La Asociación Civil Pro Niño y Niña Centroamericano fue creada en el año de 1992 en Guatemala, con el propósito de trabajar por la niñez y juventud.

Entre las labores que esta asociación realiza como parte de su misión, es la de promoción de los derechos humanos de la niñez y la juventud, el trabajar en el tema de la explotación sexual y la pornografía infantil. Otro de los grandes propósitos de la asociación es capacitar a los educadores de la niñez y la juventud, para que esta sea más efectiva.

Internamente esta asociación se encuentra conformada por varios departamentos, entre estos se encuentran los denominados departamentos técnicos, los cuales se encargan de la investigación de temas que afectan a la población tanto infantil como juvenil, estos departamentos también son los encargados de dar capacitación en los temas que la asociación trabaja. Además de estos departamentos también se cuenta con un centro de documentación, contabilidad, secretaría y la dirección.

En el área de comunicación esta asociación no cuenta con departamento específico, ni con profesionales en esta área, pero si se realizan labores comunicacionales, la cual se han intensificado a raíz del trabajo que la asociación tiene en el tema de prostitución y pornografía infantil, las actividades realizadas son campañas de radio, televisión y prensa, afiches, libros de textos, trípticos, material de apoyo para capacitación, gorras, calcomanías.

Cuadro Resumen

Organización	Existe Depto Comunicación	Profesión del Encargado Comunicación
Agrupación de Mujeres Tierra Viva	No específicamente	Contadora
APAES	No específicamente	Lic. Auditoria
F.Castillo Love	No específicamente	Lic. Pedagogía
F. Mima Mack	No específicamente	Lic. Comunicación
CALDH	Si existe una unidad de comunicación	Lic. en Periodismo
F. Rigoberta Menchu	No específicamente	Lic. en Historia
Defensores de la Naturaleza.	No existe	Lic. Administración
PRONICE	No específicamente	Lic. Psicología

Resumen Capítulo 3

En este capítulo se exponen las respuestas a las principales inquietudes que al inicio de la investigación se plantearon, aquí el lector podrá informarse sobre cómo es que se realiza la comunicación social en las ONG's, quiénes la realizan y por qué la realizan.

La comunicación social en las organizaciones es realizada en su mayoría por personas que no han estudiado la carrera de comunicación social, lo cual representa uno de los grandes limitantes para que este proceso se ejecute eficazmente.

Las principales características de la comunicación social realizada por las ONG's es la falta de técnicas comunicacionales como lo es la investigación, la planificación y la falta de estrategias comunicacionales.

El tipo de comunicación más utilizados por estas organizaciones es la comunicación alternativa, ya que esta se desarrolla en medios alternos, como lo son las radios locales, los periódicos especializados y los canales de cable.

La Comunicación Social en las ONG's.

La comunicación social es un tema relativamente novedoso en Guatemala, el cual para la mayoría de sectores de la población pasa desapercibido, pero para sectores dedicados a trabajar en la problemática social es un tema diario.

Aunque es muy importante aclarar que para muchos de los integrantes de las organizaciones el termino comunicación social no es tan común, ni fácil de definir, ya que este se tiende a confundir frecuentemente, definiéndolo únicamente como el divulgar o publicar una noticia.

Partiendo de que la comunicación social se refiere a todos aquellos procesos comunicacionales, (charlas, foros, campañas publicitarias, publicaciones, platicas, graffiti, obras de teatro, etc.) que dan a conocer a la sociedad un problema, manifestación o protesta, que aquejan a esta misma, podemos afirmar que existe un grupo de ONG's que realiza comunicación social.

¿Quiénes Realizan la Comunicación Social en las ONG's?

En Guatemala muchas personas realizan comunicación social, pero muy pocas saben que la actividad que realizan es determinada como comunicación social, esta afirmación no deja fuera las ONG's

Esta es una de las causas, que puede tener como resultado el hecho de que en la mayoría de las organizaciones, las personas que realizan la labor de comunicación no sean profesionales especializados en esta área.

Aunque la profesión de estas personas sea la psicología, la historia, la contabilidad, etc, muchas de estas personas han adquirido conocimientos de comunicación con la practica y las experiencias que obtienen al realizar esta labor.

Es necesario especificar que un grupo pequeño de ONG's si cuentan con personas profesionales en el área de comunicación e incluso en algunos casos se cuenta con la asesoría de agencias publicitarias.

Concluyendo podemos decir que la comunicación social en las ONG's es realizada en su mayoría por personas que no tiene una especialización profesional en el área de comunicación, pero que en algunos casos han logrado realizar esta labor autodidactamente.

¿Por qué Realizan Comunicación Social las ONG's?

Las ONG's aunque no tiene el concepto claro de comunicación social, si tienen claramente él por qué lo realizan y los beneficios que estos procesos traen a sus organizaciones.

Según Evelyn Morales de la Agrupación de Mujeres Tierra Viva 22 de Agosto " Para la agrupación es importante informar a la mujer, sobre los temas de importancia, derechos humanos, racismo planificación familiar, ya que la mujer siempre a sido un sector marginado en cuanto a comunicación.

Para Marta Calvet de APAES Solidaridad 28 de Agosto, " Es importante dar a conocer el mensaje de la asociación y conseguir espacios en los medios para informar a la población"

De acuerdo a Nery Villatoro de la Fundación Rigoberta Menchu Tum 29 de Agosto. " Es necesario realizar comunicación ya que esta es un proceso de varias vías que ayuda a interrelacionar con las personas y enriquecer las perceptivas "

Jennifer Vides Defensores de la Naturaleza, 27 de Agosto. opina que " ha ayudado para poder concientizar a la población sobre la importancia que tiene el conservar el bosque y todos los recursos naturales"

sus propios medios de expresión “

Otto Galindo Fundación Ramiro Castillo Love 23 de Agosto afirma “ La comunicación nos sirve como herramienta que tiene dos propósitos, el darnos a conocer a quienes no nos conocen y el informar a quienes nos conocen lo que estamos realizando”

Enrique Recinos Fundación Mirna Mack 24 de Agosto expreso que “ La comunicación es algo innato en el ser humano... y para la fundación la comunicación es importante porque nos permite intercambiar ideas, hacer criticas y sobre hacerlas llegar a la población”

Para Luis Laparra PRONICE 31 de Septiembre “ Nos ha permitido tener eficacia en el proceso de información de los temas que la organización trata y además la institución se ha proyectado“

La respuesta del por qué se realiza el proceso de comunicación social en las ONG´s es simple, así como el hombre siente la necesidad de comunicarse con sus semejantes constantemente, así también las ONG´s sienten la necesidad de mantener una comunicación con la sociedad, que le permita dar a conocer el trabajo que estas realizan.

¿Cómo Realizan Comunicación Social las ONG´s?

Como anteriormente se mencionó el término comunicación social es relativamente nuevo en el vocabulario de las ONG´s, aunque estas utilizan el proceso de comunicación social desde hace mucho tiempo, esto puede citarse como una de las causas, que en muchas de las ONG´s no se cuente con una metodología para realizar comunicación social.

La comunicación social realizada por las ONG´s se caracteriza:

- Por no contar con técnicas comunicacionales adecuadas (investigación, plan, objetivos, estrategias)
- Por no contar con la dirección de profesionales del área de comunicación social en su ejecución.

- Por no tener conceptos sumamente definidos sobre lo que implica el proceso de comunicación social
- Por no contar con un departamento encargado exclusivamente de esta labor.
- Por realizar piezas aislada.
- Por presentar anuncios saturados de información y color.

En cuanto a los medios ya establecidos de comunicación social, las ONG's utilizan con mayor frecuencia los medios alternativos como son las radios locales, los periódicos especializados y locales, canales de cable. Otros de los medios utilizados son los interpersonales (charlas, consultas) y los medios masivos como son los afiches, trifleares.

El uso de las relaciones públicas y la publicidad son otros de los aspectos que también son utilizados por las ONG's, aunque no se aplican con una guía adecuada, ni con las técnicas de estos procesos comunicacionales

Es necesario mencionar que un grupo pequeño de ONG's que realizan comunicación social, lo hacen bajo la dirección de empresas que se dedican al trabajo publicitario profesional.

Concluyendo podemos decir que en la mayoría de los casos las ONG's realizan comunicación social de forma empírica, ya que aunque se realice una planificación e investigación estas no se encuentran desarrolladas con un enfoque comunicacional.

La forma en que las ONG's hacen del conocimiento de la sociedad guatemalteca sus mensajes, son:

foros,
 charlas,
 convenciones,
 seminarios,
 entrevistas,
 folletos,
 volantes,
 mantas,
 comunicados en prensa,
 reportajes televisivos,
 programas radiales,
 cuñas radiales,
 boletines,
 memoria de labores,
 piezas aisladas de publicidad
 obras de teatro,
 campañas publicitaria.

la comunicación social en las ong's



Aparte de estos medios un grupo pequeño de ONG's cuenta con sus propios medios alternativos de comunicación, en algunos casos son revistas, boletines, programas de radio, así también en estas instituciones muchas veces se realizan los materiales que se utilizarán como medios de comunicación.

Resumen Capitulo 4

En este capítulo se exponen los principales problemas con los cuales se enfrentan las personas encargadas de la comunicación social en las organizaciones.

Estos problemas se encuentran principalmente ubicado en los factores, economicos, culturales, sociales y comunicacionales, en la mayoría de las organizaciones los problemas se repiten frecuentemente lo que hacen de ellos un constante obstaculo para la labor comunicacional.

Los principales problemas detectados en el factor económico son la falta de recursos y las elevadas tarifas, a esto también se unen lo poco atractivo que la comunicación social representa para los encargados y los dueños de los medios de comunicación.

En el factor cultural los principales problemas son los aspectos las costumbres, los temas de choque y la diversidad de idiomas, muchos de estos debido a los tabus y a las creencias religiosas.

En el factor social se encuentra la falta de sensibilidad , concientización de la población en general y de los medios de comunicación.

En el factor comunicacional se encuentra la falta de profesionales especializados , la falta de metodología, la poca especialización de los comunicadores y la falta de inovación en cuanto a conceptos.



Principales Problemas que Enfrenta las ONG's que Realizan Comunicación Social.

La comunicación social es un proceso que no esta exento de tener sus fallas o debilidades en el momento de su creación o ejecución.

En el estudio realizado a las ONG's se detectaron varios problemas con los cuales se enfrentan al realizar comunicación social.

1- Económicos

Este es uno de los factores que a lo largo de la investigación se repite constantemente y para la mayoría de las personas entrevistadas es muy determinante en el proceso comunicacional.

En cuanto a lo económico podemos decir que se pueden establecer los siguientes problemas: falta de recursos, tarifas muy elevadas en medios masivos, equipo muy costoso para realizar esta labor y comunicación social no producto de venta.

1.1-Falta de Recursos

La falta de recursos económicos, es uno de los principales factores que para muchos es limitante en cualquier proceso de comunicación, teniendo como consecuencia un proceso de comunicación pobre en cuanto a divulgación, penetración y efectividad.

El factor económico es un problema para muchas ONG's, ya que aunque muchas estas reciben ayuda de organizaciones internacionales, también es cierto que este dinero se encuentra destinado a otras actividades, limitando así el presupuesto comunicacional.

1.2 Tarifas Elevadas en Medios Masivos

Este problema como el anterior se encuentra sumamente ligado, ya que sin un presupuesto para comunicación, es muy difícil que las ONG's puedan tener un acceso a medios masivos.

Para muchos de las personas encargadas de la labor comunicacional en las ONG's la falta de tarifas accesibles en los medios masivos de prensa y televisión, han obligado muchas veces a limitar los mensajes comunicacionales de sus organizaciones para con la sociedad guatemalteca

Esto genera el aumento de desinformación en la población guatemalteca sobre problemas serios, que les afectan y que es necesario que se informe

Promedio de Tarifas
Medios Masivos

Prensa	Pagina completa	Q.10,000.00
Radio	Segundo	Q 8.00
Televisión	Anuncio 30 seg	Q.10,000.00

1.3 Comunicación Social no Producto de Venta

Para muchos de los encargados de la comunicación en las ONG's, uno de los problemas que representan el realizar esta labor, se encuentra en que el mensaje que muchas veces se trasmite no genera venta para un periódico que desee publicarlo o ni aumenta el rating para las televisoras que transmitirán el mensaje.

Es por esto que en muchos casos estas noticias son relegadas a espacios pequeños, o sustituidas por anuncios comerciales que si pueden pagar espacio.

En conclusión podemos decir que los problemas económicos con los cuales se encuentran las organizaciones en el momento de realizar comunicación social, en su mayoría se deben a la falta de proyectos de tipo comunicacional, la falta de planificación e investigación que ayude a la optimización de recursos propios de la organización, y a obtener recursos de otras organizaciones internacionales y nacionales

2 Cultural

El factor cultural es importante en cualquier tipo de comunicación que se quiera establecer en Guatemala, esto razonado en la diversidad de etnias e idiomas con que se cuenta.

Para muchas de las organizaciones los principales problemas en esta área, son los aspectos culturales muy arraigados, choques con ciertos temas y la barrera multilingüe.

2.1 Aspectos Arraigados

En cuanto a los aspectos culturales arraigados, un claro ejemplo de este es el mencionado por Luis Laparra de PRONICE, al afirmar que el machismo que el hombre guatemalteco presenta en cuanto al problema de la sexualidad, a representado para su organización un gran problema en el tema de la prostitución y pornografía infantil.

Y es que en la cultura guatemalteca existen muchos tabús que la sociedad no a logrado eliminar y que muchas veces tienden a complicar más la problemática que en la población se vive.

2.2 Temas de Choque

Este aspecto esta muchas veces ligado con los denominados tabús y las creencias religiosas que se tiene en la población, para Evelyn Morales de la Agrupación de Mujeres Tierra Viva uno de estos temas es el uso de preservativos; lo que tiene un choque muy fuerte en algunas comunidades en donde la religión y las creencias de la población lo prohíben

Igualmente el problema del uso correcto de los condones a representado para la Asociación APAES Solidaridad un tema que muchas veces no han podido ser tratado en charlas o foros por representar un choque para personas asistentes.

Los temas de choque representan una limitante ya que en muchas ocasiones hacen que la comunicación se limite de tratar aspectos de importancia.

2.3 Barreras del Idioma.

Los diferentes idiomas que en el territorio guatemalteco se hablan representa muchas veces un limitante de pesos en la labor de la comunicación, pues como lo indicó Jennifer Vides de Defensores de la Naturaleza muchas veces no se cuenta con traductores que hablen los diferentes idiomas mayas para poder hacer llegar el mensaje a las comunidades.

Este aspecto del idioma también se ve afectado por el factor económico, pues es necesario contar con traductores que manejen los diferentes idiomas mayas para poder llegara sin limitaciones a estas áreas, pero esto representa un alto presupuesto.

Al hablar sobre estos problemas de indole cultural en proceso comunicacional podemos concluir que muchos de estos pueden ser ocasionados por la falta de una investigación comunicacional, una planificación, que puedan dar a conocer las limitantes y los problemas con los cuales se pueden encontrar y al mismo tiempo pueda ayudar a encontrar las posibles soluciones.

3 Social

El factor social es sin duda alguna uno de los más importantes que las ONG's enfrentan, este es un factor determinado por la sociedad la cual es el receptor de los mensajes de cada una de las ONG's que realizan comunicación social.

Los principales problemas en el aspecto social que las personas de las Organizaciones identifican, es la falta de sensibilidad, la falta de concientización, falta de concientización de los medios .

3.1 Falta de Sensibilida

La falta de sensibilidad es un aspecto que muchas veces se convierte en un problema para la comunicación, pues como afirman los encargados de la comunicación en las ONG's, la mayoría de la población muchas veces convive con el problema a diario y lo encuentra como algo sumamente natural, que no le afecta directamente y que mientras siga sin afectarle se puede quedar como esta.

Uno de los ejemplos claros son los niños de la calle, la prostitución, la explotación de los niños, la violación de los derechos.

3.2 Falta de Concientización

Para las personas encargadas de la labor comunicacional, la falta de acceso a la población en los temas tratados por sus organizaciones, tienen como consecuencia la falta de concientización sobre la importancia del mensaje que estas transmiten, y que también genera insensibilidad a los problemas.

Un ejemplo muy claro es el tratado por PRONICE en el tema prostitución y pornografía infantil en donde la concientización de la población con respecto al tema es muy pobre y en algunos casos nula.

3.3 Falta de Concientización de los Medios de Comunicación

La falta de conciencia de los medios de comunicación es uno de los factores importantes, pues muchas veces estos medios no prestan la atención debida a estos temas, o si lo hacen lo realizan de una forma incorrecta que no logra cumplir los objetivos que las organizaciones se han propuesto.

Para muchas de estas organizaciones el apoyo de los medios de comunicación masivos es muy importante, pues con una cobertura tan amplia como la que estos tienen, los mensajes podrían ser mejor difundidos y los resultados serian más efectivos.

En conclusión el desconocer la población a la cual se dirige los mensajes, el desconocer los intereses de los medios de comunicación, se ven reflejados en los problemas anteriormente mencionados, pues es necesario hacer llegar el mensaje adecuado a la población adecuada para poder generar sensibilización y concientización, es por esto que el estudio o la investigación se hacen indispensables para la comunicación.



4 Comunicacional

Este es uno de los factor sumamente importante, aunque debe decirse que en el se unen varios de los factores económicos, culturales y sociales

En este factor los principales problemas en cuanto al área de comunicación, son la falta de personas especializadas, falta de metodología comunicacional, discursos no efectivos, falta de conceptos nuevos, falta de especialización de los comunicadores.

4.1 Falta de Personas Especializadas

En cuanto a este aspecto, para muchos de los comunicadores entrevistados la mayoría de fallos en la comunicación realizada por las ONG's se debe a que esta labor es realizada por personas que no tienen una profesión en el área de comunicación, y que muchas veces esto lleva a la creación de piezas aisladas, como afiches y trifoliales que no cumplen con un proceso de comunicación

4.2 Falta de Metodología Comunicacional

Este es uno de los problemas que se encuentra muy unido a la falta de personas profesionales en el área de comunicación en las ONG's, pues la limitación de estas personas por el desconocimiento la comunicacional, en cuanto a estrategia y forma para trabajar los medios masivos de comunicación hacen muchas veces que las ONG's no tengan un acceso favorable en estos.

Otro de los problemas que se genera por falta de estrategias comunicacionales que guíen el proceso, es reflejado en la forma en que se utilizan los medios y los recursos en estas organizaciones, además este aspecto también se ve reflejado en las deficiencias de los mensajes y en la homogenización de los fenómenos, que solo deja ver el desconocimiento de la diversidad y complejidad socio-cultural que existe en Guatemala.

4.3 Discursos no Efectivos.

Los discursos que las ONG's emiten muchas veces como lo expresa Nuria Maldonado de CALDH son muy gastados, redundan en lo mismo, esto hace que para el medio de comunicación y para la población no sean importantes.

Para Luis Laparra la falta de estrategias que den lineamientos para poder dirigir discursos a determinados grupos de la sociedad es muy importante, pues muchas veces no se puede hablar de la misma manera en los diferentes ámbitos sociales.

Falta de Conceptos Modernos

En la investigación la falta de una definición sobre el termino comunicación social en muchas de las personas entrevistadas fue una de las principales constantes, lo que hace ver, que se necesita evolucionar en cuanto a los contenidos comunicacionales que las personas que laboran en esta área poseen.

Otro de los aspectos es la definición del termino relaciones públicas, el que muchas veces no se tiene claro, lo que ocasiona que esta se tome como una actividad aislada de la comunicación.

Falta de Especialización de Los Comunicadores Sociales.

Otro de los aspectos importantes a tomar en cuenta es, que muchos de los comunicadores no se encuentran familiarizados o especializados sobre los temas, como lo es la prostitución y la pornografía infantil, el SIDA, el racismo, la equidad e igualdad de sexos etc.

Esto muchas veces hace que los temas sean tratados equivocadamente, pues se dan noticias con tintes amarillistas que no ayudan a la problemática y ocasionan que el receptor reciba un mensaje equivocado.

Los problemas ocasionados a nivel comunicacional que anteriormente se expusieron tienen su principal raiz en la falta de profesionales especializados en el área de comunicación realizando esta labor en las ONG's, lo cual ocasiona que muchas veces no se cuente con una metodología, pero la falta de especialización de los mismos comunicadores también limita el poder tener un mensaje efectivo.

Resumen Capítulo 5

En este capítulo el lector podrá conocer la propuesta que de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se presenta como un aporte para el mejoramiento del proceso comunicacional en estas organizaciones.

La propuesta consiste en un esquema comunicacional con teniendo los principales pasos que deben contemplarse en el momento de realizar comunicación social, este esquema se ha propuesto con la finalidad de dar una guía para todas aquellas personas que realizan la comunicación social

Esquema

Definición

Investigación

Planificación

Estrategias Comunicacionales

Comunicación Organizacional

**Relaciones Publica
Publicidad Social**

Propuesta para Hacer Comunicación Social más Eficaz en las ONG's

La comunicación es uno de los principales procesos que el hombre utiliza diariamente para poder interrelacionarse con sus semejantes, así también para las ONG's la comunicación social es uno de los elementos importantes para poder cumplir con la labor que estas organizaciones realizan.

De acuerdo con la teoría comunicacional de la catálisis los medios de comunicación, pueden ser usados no solo como transmisores del mensaje sino también como un catador de la problemática social que ayude a la solución de la misma.

Es por esto que el proceso de comunicación social debe ser elaborado muy cuidadosamente y profesionalmente, para que el mensaje que este intente llevar a la sociedad sea efectivo y que genere respuesta.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación y expuestos en los capítulos 3 y 4 las ONG's que realizan comunicación social se enfrentan con una serie de problemas que afectan este proceso, todos estos problemas han confirmado la tesis **la Comunicación Social realizada por la ONG's se debilita por la falta de un esquema profesional que guíe dicha comunicación**, pues uno de los principales problemas es la falta de una metodología comunicacional que pueda dar los pasos a seguir en este proceso.

Para poder ayudar al proceso de la comunicación social la investigación propone en este capítulo, la creación de un esquema que pueda servir de guía a las personas que en estas organizaciones realizan la labor de comunicación social.

En la creación de este esquema se han tomado en cuenta la opinión de profesionales de la comunicación y la experiencias de profesionales que realizan esta labor en las ONG's a quienes se les cuestionó sobre ¿Cual debería ser el esquema a seguir para realizar comunicación? estas son algunas respuestas:

Luis Laparra PRONICE "Es necesario como primer paso crear un departamento de comunicación en la organización, debe de incluirse la planificación en el esquema, ya que no se pueden dar pasos sin saber a donde se camina, en el momento de realizar campañas se deben de hacer materiales sumamente creativos que no necesitan tanta exposición para poder hacer llegar el mensaje"

Nuria Maldonado CALDH " Lo importante es tener profesionales de comunicación social que desarrollen estrategias comunicacionales".

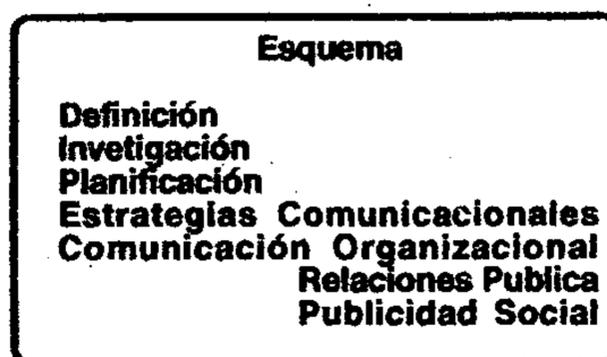
Nery Villatorro Fundación Rigoberta Menchu "Es necesario que se busque la interacción con la población ya que la comunicación es un proceso de varias vías"

Ramón Recinos Fundación Mirna Mack "Trabajar más dando a conocer a los medios de comunicación las labores que realizan las ONG's para que estas tomen conciencia y puedan dar más apoyo a través de la apertura de espacios"

Viviana Ruiz Prensa Libre "Las organizaciones tienen que tener mucho respaldo en cuanto a sus labores, tienen que tener un departamento de comunicación o una persona que haga el enlace entre medios y ONG, deben de conocer el funcionamiento del medio y sobre todo saber que no todo hecho de la vida diaria es noticia "

Carlos Interiano Comunicador Social " Es necesario desarrollar la comunicación organizacional para que las ONG's puedan detectar la labor comunicacional que realizan"

De acuerdo a los datos de la investigación y la opinión de los expertos el esquema debe de incluir.



El esquema que a continuación se desarrolla se ha realizado con la utilización y adaptación de varios libros de Administración, Mercadotecnia, Publicidad, Planificación, Comunicación Organizacional, Relaciones Públicas, tesis de comunicación y sitios web, todo esto con el fin de poder dar una propuesta más ejemplificada de lo que puede ser los lineamientos a seguir para el proceso de comunicación social.

1-Definición

El primer paso que el esquema de comunicación social ha propuesto para las ONG's es el de incluir una definición clara sobre el proceso de comunicación a utilizar, esta definición debe dejar en claro las características del proceso, el tipo o los tipos de comunicación que se utilizara.

2- Investigación

La investigación es descrita como el conjunto de métodos, técnicas y procedimientos que se utilizan para resolver un problema.

En comunicación social todos estos métodos, procedimientos y técnicas que integran la investigación son herramientas necesarias, que ayudan a conocer más a fondo la problemática social y dan los argumentos necesarios para poder transmitir un mensaje apegado a la realidad, para lograr sensibilizar a la sociedad.

La investigación que se realiza en comunicación social puede ser dividida en dos partes, una de ellas es la investigación propia del problema social y la otra es la investigación de público al receptor que recibirá el mensaje

2.1 Investigación del Problema.

En cuanto a la investigación de la problemática social o problema social, es necesario que al realizarle, se tome en cuenta una serie de cuestionamientos que ayuden a obtener la mayor información de este problema

Cuestionamientos Utiles

- 1-¿Cuál es el problema?
- 2-Historia del problema
- 3-Características del problema
- 4- Causas del problema.
- 5- Fortalezas del problema
- 6- Debilidades del problema?
- 7-¿A quién afecta el problema?
 - a.¿Cómo lo afecta?
 - b.¿Por qué los afecta?
- 8.¿ Cuales son las principales regiones o lugares afectados por el problema?
 - a- características de estas regiones.
- 9¿ Cual es la imagen que la sociedad tiene del problema?
- 10 Qué problemas genera este problema?

2.2 Investigación del Receptor

La segunda parte de la investigación es la que se refiere al receptor del mensaje. A quien se debe de estudiar tomando en cuenta que existen dos tipos de receptor los directos y los indirectos.

El Receptor Directo.

Lo podemos identificar como la población a la cual nosotros vamos a dirigir el mensaje y para la cual este se encuentra elaborado.

El Receptor Indirecto.

Esto son las personas que reciben nuestro mensaje, pero que no se encuentra dentro de las características de nuestro grupo directo.

Los aspectos que debemos de conocer de estos tipos de receptores son:

- Aspectos Importantes**
- Descripción Demográfica.**
Edad,
Estado Civil,
Profesión
- Descripción Geográfica**
Lugar donde vive
Características del lugar
- Descripción Psicológica**
Hábitos
 Compra
 De lectura
 De medios
Actitudes ante el Problema
- Descripción Sociografía**
Condición económica
Vida social
Lugares que visita

Para realizar la investigación sobre los receptores no se necesita realizar una investigación extensa, aquí podemos utilizar las técnicas publicitaria del Focus Group, esta consiste en estudiar una pequeña muestra de nuestro universo de receptores que nos ayuden a conocer las características que anteriormente expusimos.

También es necesario que la investigación tome en cuenta los obstáculos que podemos tener, en cuanto a llamar la atención de nuestro receptor en el mensaje, para esto es necesario investigar que es lo que le interesa al receptor.

Otro aspecto que la investigación debe de tomar en cuenta, es la información de los principales medios de comunicación que pretende utilizar, de estos medios se debe conocer sus funcionamiento, sus organización los posibles contactos que en estos se pueden establecer.

3- Planificación

El saber a donde se dirige es uno de los aspectos fundamentales que el hombre siempre quiere conocer, y esto solo puede hacerlo si realiza la planificación de sus actos.

La planificación es el trazo de los objetivos o metas y determinar los pasos que tenemos que dar para poder llegar a ellos.

Es el buscar un procedimiento mediante el cual se seleccionan, ordenan y diseñan las acciones que deben realizarse para el logro de determinados propósitos, procurando una utilización racional de los recursos disponibles.

En la mayoría de campos y disciplinas, la planificación es una herramienta fundamental, esto no excluye a la comunicación social la cual realiza una labor fundamental para la sociedad por lo que no se puede dar pasos en falso en este proceso.

La planificación de la comunicación ha llamado la atención a muchos y a sido estudiado por varias organizaciones internacionales como lo es la UNESCO y CIESPAL, quienes a través de estudios realizados en Tailandia, el Caribe y Afganistán han logrado diferentes esquemas de planificación.

En Guatemala una de las instituciones encargadas de la planificación es La Secretaría General De Planificación Nacional (SEGEPLAN), aunque esta institución no cuenta con documentos nacionales sobre la planificación de la comunicación social; su labor es importante, pues en esta institución se cuenta con valiosos documentos de planificación que podrían ayudar a esta labor.

No existe un esquema o machote específico sobre lo que debe de contener la planificación de la comunicación social, aunque no se descarta que en empresas e instituciones se cuente con un plan de este tipo.

A continuación los pasos que un plan de comunicación debiera seguir para poder guiar el proceso de comunicación.

- Plan de Comunicación Social**
- 1-Diagnostico
 - 2-Definición del problema
 - 3- Antecedentes del Problema
 - 4-Debilidades del Problema
 - 5-Soluciones del Problema
 - 6- Objetivos Comunicacionales
 - 7- Argumentos
 - 8- Estrategias
 - 8.1 Comunicacionales
 - 8.2 Económicas
 - 9- Plan de medios
 - 10- Plan de costos
 - 11- Plan de recursos
 - 12- Ejecución
 - 13- Evaluación.

Es necesario recordar que el plan debe de ajustarse a las necesidades de cada organización y a la problemática que esta se encuentre tratando. Para que esto se pueda dar es necesario que en el momento de realizar el plan tomemos en cuenta las siguientes preguntas

Cuestionamientos Claves	
Pregunta	Respuestas
¿Qué es lo que se quiere?	Metas
¿Qué se esta haciendo ahora para lograr lo que queremos?	Objetivos y estrategias actuales.
Qué se necesita hacer?	Análisis del problema
¿Cual es nuestra capacida para hacerlo?	Análisis de recursos
¿ Es adecuado lo que se esta haciendo actualmente?	Determinación cambios necesario requerido
Inciemos	Practica estrategias.
Evaluemos como lo estamos haciendo	Medición y control de progreso

4- Estrategias Comunicacionales

El término estrategia es dado a aquellos enfoques que se deben de seguir para poder lograr los objetivos que queremos, las estrategias son consideradas para muchos el corazón del proceso comunicacional.

En la comunicación social estas son las base para poder eliminar muchos de los problemas que pueden surgir en el proceso de comunicación.

Al elaborar las estrategias debemos siempre tomar en cuenta los objetivos que nos hemos propuesto y sobre todo los recursos económicos, materiales, institucionales que tenemos. Además de estos aspectos es necesario el análisis de los datos obtenidos en nuestra investigación.

4.1 Estrategia del Mensaje

El trazar o elaborar una estrategia del mensaje se hace con la finalidad de poder enviar el mensaje correcto a la persona correcta.

Para poder elaborar esta estrategia tenemos que tomar en cuenta, los datos obtenidos en la investigación del receptor y los obtenidos en la investigación del problema.

4.2 Estrategia de la Comunicación Interpersonal

Esta se refiere al papel que la comunicación interpersonal cumplirá en un determinado proceso comunicacional, cuales serán los enfoques de esta, si será utilizada solo como apoyo al mensaje principal o si es la encargada de llevar a través de sus principales canales el mensaje al receptor directo, como se expuso en el capítulo uno este es un tipo de comunicación sumamente directo pues se da de persona a persona, por lo que es necesario que se utilice adecuadamente.

4.3 Estrategia de la Comunicación Popular

En ellas se tratara el mensaje en cuanto al esquema popular y el enfoque que este debe de tener para poder llegar al receptor del mensaje, es necesario tomar en cuenta en el momento de trazar estas estrategias el contenido que se esta trasmitiendo para saber si este tipo de comunicación es el adecuado para ello.

4.4 Estrategia de Comunicación Social

La estrategias de comunicación social deben de estar sumamente ligadas al mensaje que se quiere trasmitir pues este debe plantear una problematica social, en este tipo de estrategia debemos de tomar muy en cuenta los resultados de la investigación , tanto del receptor , como del problema.

4.5 Estrategia de Organizacional

4.5.1 Estrategia de Relaciones Públicas

La estrategia de relaciones publicas es muy importante ya que a través de ella podemos dar a conocer las posturas de la organización en cuanto al tema, y crear un ambiente especial para la llegada del mensaje a los públicos, para poder lograr todo esto debemos primero establecer este ambiente internamente en la organización y en cada uno de los miembros que integran esta.

4.5.2 Estrategias Publicitarias

Las estrategias a nivel de publicidad social deben de ser consideradas de acuerdo al tema tratado, a los resultados de la investigación y a la planificación que se ha contemplado y sobre todo al presupuesto con el cual se cuenta, en muchas ocaciones este tipo de estrategia también ayudara a definir las demas estrategias comunicacionales a utilizar, en ellas se incluyen otras estrategias como los son las creativas, las estrategias de medios.

4.5.2.1 Estrategias Creativas

Son las encargadas de dar al mensaje una forma dinámica, interesante, entretenida, que ayuden a captar la atención del receptor, es importante, que se tome en cuenta, los principales hábitos, intereses y gustos de el receptor.

4.5.2.2 Estrategias de Medios

En estas se debe enfocar cuales son los principales medios a utilizar, cual es el trato que se va a realizar, como se puede obtener el mejor apoyo de ellos sin costos elevados, para esto es necesario tomar en cuenta los hábitos de medios y de compra del receptor, así también las estructuras y organización de los medios de comunicación (prensa, radio, tv.).

4.6 Estrategia de la Comunicación Masiva

Esta estrategia será dictada de acuerdo al grupo objetivo al cual nos estamos dirigiendo, es necesario que se tomen en cuenta la cantidad de población a los cuales queremos llegar y sus principales características, para que esto ayude a determinar el medio que sería efectivo para enviar este mensaje.

4.7 Estrategia de la Comunicación alternativa

Este tipo de estrategia debe basarse en la cantidad de población a la cual nos dirigimos, cuales son los principales intereses, sus especializaciones, los temas que comúnmente son tratados, los lugares que frecuentan, todo esto nos ayudara para poder determinar cual es el medio más especializado para poder llegar y cual sería la tematica que necesitamos enviar en el mensaje.

Comunicación Organizacional

La importancia de la comunicación organizacional en el esquema se debe a que es necesario que se dé una muy buena comunicación entre los miembros de la organización, y entre la organización y su entorno que ayuden a tener un proceso de comunicación social más integrado.

Pues si la comunicación dentro de una organización falla es muy probable que su proceso de comunicación hacia fuera tenga el mismo problema.

Como anteriormente se menciona este tipo de comunicación se subdivide en comunicación Interna y externa

5.1 Comunicación Interna

Debe de buscar el resolver todos los problemas que se detecten en el sistema y en las redes comunicacionales, la información sobre los proyectos de la organización y sobre los temas que esta realiza deben de ser conocidos por cada uno de los trabajadores de la misma.

Otro aspecto a tomar en cuenta en esta área es el tipo de mensaje que se emite, el cual debe de darse en un lenguaje universal que pueda ser entendido por todos los empleados

La retroalimentación debe de tomarse en cuenta en todos los niveles de comunicación y en todas las jerarquías, lo que ayudara a mantener la armonía entre los empleados y jefes.

5.2 Comunicación Externa

En este tipo de comunicación se debe de ser muy cuidadoso ya que en ella se maneja la imagen de la organización ante el público, con las demás organizaciones del país e incluso con aquellos organismos internacionales.

Las relaciones publicas y la publicidad social que en este tipo de comunicación se realizan deben de reflejar una imagen trasparente de la organización, que transmita solidespara que ayude a reforzar el mensaje que en otros medios se encuentra transmitiendo.

Relaciones Publicas

Como anteriormente se menciona estas son las encargadas de mantener el entorno de la organización de manera agradable, positivo, accesible, así también son las encargadas de velar internamente por que todos los miembros de las organiaziones tenga en claro las funciones y el papel en la sociedad de la organización.

Es por esto que las organizaciones no deben de descuidar su imagen ante sus públicos externos e interno, pues de de ellos depende la aceptación de estas.

Para poder realizar la labor de relaciones publicas es necesario que la organización tenga presente:

- 1 Objetivos
- 2 Público al que quiere llegar.
- 3 El pensamiento y características del públicos.
- 4 Lo que se espera lograr del público
- 5 Medios con que se cuenta

La Publicidad Social

Esta es otra de las herramientas que la organización no debe de descuidar, ya que a través ella se puede dar a conocer de una forma creativa el mensaje que la organización quiere hacer llegar a la población.

En el momento de realizar esta forma de comunicación la organización debe de tomar en cuenta, la creatividad, tanto en el mensaje escrito como en los símbolos o imágenes que refuercen este. Para poder lograr esto es necesario analizar la información obtenida en la investigación del problema y del receptor, esto con el fin de poder dar con la clave del proceso comunicacional, la cual es dar el mensaje correcto, de forma correcta a la persona correcta.

Conclusiones

Conclusiones

EL término comunicación social definido como el proceso que trasmite o da a conocer a una determinada sociedad, una problemática social, es desconocido en la mayoría de ONG's entrevistadas.

La falta de una definición clara de lo que es el proceso de comunicación social, genera la equivocación muchas veces de este concepto limitándolo en ocasiones a lo que es la relaciones publicas.

Este también se hace evidente en la falta de metodología comunicacional y la falta de profesionales especializados en el área de comunicación que realicen esta labor en la organización. El no poseer los anteriores aspectos puede decirse que son unas de las principales causas de que la labor comunicacional presente debilidades en su ejecución.

La poca sensibilidad y concientización que la población guatemalteca tiene para con la problemática social es uno de los retos fundamentales a vencer para cualquier proceso comunicacional. Esta poca sensibilidad y conciencia se genera como consecuencia de la poca información que la población en general tiene sobre estas organizaciones y la labor que estas realizan .

El manejo incorrecto de los medios de comunicación es una de las principales causas de esta desinformación, lo cual a repercutido en un aislamiento de las organizaciones para con los medios de comunicación.

Recomendaciones

Recomendaciones

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Es necesario la preparación , capacitación y especialización de los futuro comunicador social para desempeñar eficazmente la labor comunicacional en este nuevo campo.

El realizar más investigaciones que ayuden a profundizar en esta nueva área y que proporcione más herramientas para trabajar en ellas es de suma importancia para que tanto estudiantes como egresados de la escuela puedan tener acceso a mayor información sobre esta tema,

La comunicación social debe de darse a conocer como una de las piezas claves que pueden ayudar a mejorar la problemática social guatemalteca, destacando la participación de el comunicador como el principal encargado de esta labor.

Organizaciones No Gubernamentales

Tomar en cuenta cada uno de los aspectos que se hacen referencia en la propuesta de la presente tesis siempre teniendo presente que estos deben ser adaptados a las condiciones de cada una de las instituciones.

Implementar un departamento de comunicación que se encuentre dirigido por profesionales de esta área para que se realice una mejor labor, buscar constantemente el mejorar la formación de los encargados de la comunicación a través de la capacitación , para poder tener una comunicación efectiva tanto internamente como externamente , realizar una evaluación constante para poder establecer los avances y las debilidades que se presentan en el proceso comunicacional.

Bibliografia

Bibliografía

- Agrupación de Mujeres Tierra Viva.** 2001 Documentos Varios
- Albizures Palma, Francisco.** 1984. Manual de Comunicación Lingüística. Guatemala. Universitaria.
- Alvarado, Felix, Carrera, Maribel, Giron, Abel .** 1999. Perfil de las Organizaciones No Gubernamentales. Guatemala.
- Antona Illanes, Alejandro.** 1991 Las Relaciones Públicas Técnicas de Comunicación. Sevilla España. ALFAR
- Asociación de Prevención y Ayuda a Enfermos del Síndrome de Inmuno Deficiencia Adquirida. APAES** 1999. Memoria de Labores
- Asociación de Entidades de Desarrollo y Servicio.** 2001 Directorio de ONG's
- Asociación Para el Avance de las Ciencias Sociales y El Instituto para el Desarrollo Económico y Social de America.** 1990. ONG's ,Sociedad Civil y Estado en Guatemala, Elementos para el Debate. Guatemala.
- Cabrera Maldonado, Bianca Adriana.** Diagnostico y Propuesta de Comunicación / Relaciones Públicas del Centro Cultural Miguel Angel Asturias: Tesis Licenciatura en Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Calvet, Marta Olga.** APAES SOLIDARIDAD. 28 de Agosto 2001
- Centro Para la Acción Legal en Derechos Humanos. CALDH.** 2001 Perfil de la Organización.
- Centro de Estudios Integral de Desarrollo Comunal,** 1993 Guatemala ONG's y Desarrollo " Caso del Altiplano Central" 1era. Edición Guatemala Praxis.
- Collado, Carlos Fernando.** 1991. La Comunicación en las Organizaciones. México. Trillas.



Comunicación Organizacional www. ptv.com. mx

Comunicación Organizacional. www. Monografía. com

Comunicación Organizacional. www. eusko- ikas kuntza. Org

Coordinadora de ONG's, PNUD, MINUGUA, 1997 . Directorio de ONG's .

De la Mota, Ignacio H. 1988 Dicionario de la Comunicación . Madrid , España. Paraninfo.

Fundación Defensores de la Naturaleza . 2000 Memoria de Labore.

Fundación Mirna Mack 2000, Revista

Fundación Ramiro Castillo Love 2000 . Memoria de Labores

Fundación Rigoberta Menchu Tum. 2001 . Documentos Varios.

Galindo, Otto. Fundación Ramiro Castillo Love . 23 de Agosto 2001

Galvez Borrell, Víctor, Klusman Oates, Evelyn . 1992. Una Nueva Opción Para el Desarrollo, la Articulación de las ONG's y los Grupos de bases en Guatemala. Guatemala.

Gil Tovar, Francisco. 1978 Iniciación a la Comunicación Social. 2da Edición. Colombia. Paulinas.

Guaron Ajquija, Pedro, Roncal Martinez, Federico, 1995. Retomando la Palabra. 1ra. Edición . Saqil Tzij.



Hancock, Alan. 1981. Planificación de la Comunicación para el desarrollo. 1ra. 1ra Edición. Ecuador. Andina.

Kotler Philip. 1985. Fundamentos de Mercadotecnia. México

Laparra, Luis. PRONICE 31 de Septiembre de 2001

Maldonado, Nuria. CALDH. 24 de Agosto 2001

Mc Phee R. 1985. Formal Structure and Organizational Comunicación in USA. Estados Unidos.

Merida Gonzáles, Aracelly Krisanda. 2000 Apuntes Para La Búsqueda de Datos, Las Citas Dentro del Texto y la Redacción de Referencia Bibliográficas. Guatemala. ARCASAVI

Morales, Evelyn . Agrupación de Mujeres "Tierra Viva". 22 de Agosto.

Nosnik Abram, [www.melodista.br/unesco/PCLA/revista 5/ perfiles](http://www.melodista.br/unesco/PCLA/revista%205/perfiles)

Paniagua Carrera, Oscar Rene. 1997 . Introducción al Tema "La Planificación". Curso de Planificación de la Comunicación Social. Guatemala

Pedroni, Ana María. 1996. Semiología una Acercamiento Didáctico. Guatemala.

Colectivo de Comunicación y Cultural.

Pellecer Barraza, Lucy. 1998. Propuesta del Perfil Profesional del Comunicador Social Externo para el Sector Público: Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación . Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.



Recinos, Ramón . Fundación Mirna Mack. 24 de Agosto 2001

Reyes, Cesar. PRONICE. 25 de Junio de 2001

Ruiz, Viviana . Prensa Libre 21 de Septiembre 2001

Sierra Ortiz, Claudia .1999. El Brief dentro de la Realización de las Campañas Publicitarias. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación . Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación

Stoner, James, Freeman Edward. 1994 Administración. Mexico

Velásquez Valladares, Ramón G. 1997, Las Relaciones Publicas en las Instituciones de beneficencia dedicadas a la Niñez: Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación . Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Vides, Jennifer. Fundación Defensores de la Naturaleza . 27 de Agosto 2001.

Villacorta O, Manuel R. 1987 La Comunicación Social en Guatemala. 1ra Edición. Guatemala. Plus Ultra .

Villatoro, Nery. Fundación Rigoberta Menchu Tum 29 de Agosto de 2001.

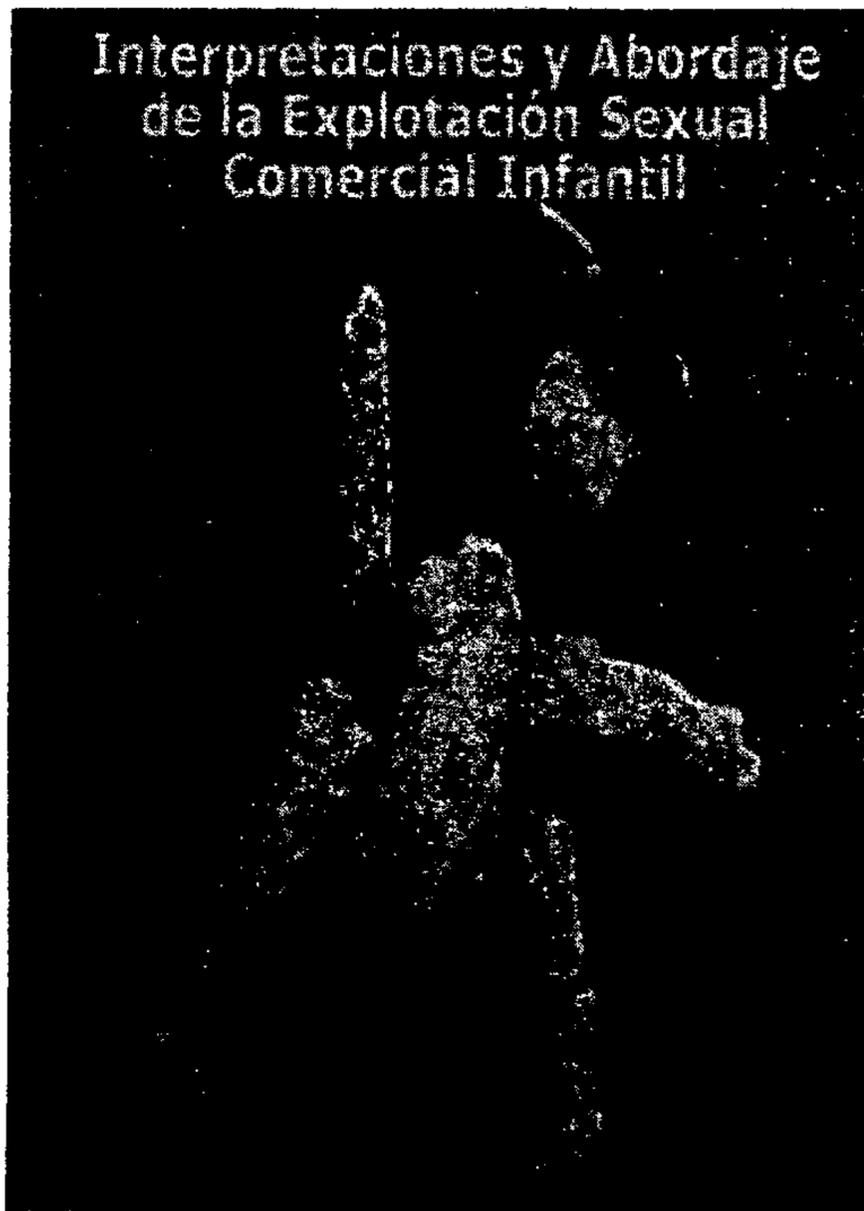
Wright, Charles. 1995. Comunicación de Masas Una Perspectiva Sociológica . México. Paidós.

material comunicional



Organización : Fundación Castillo Love
Campaña : promoción apadrinamiento
Material: cuardil
Otros Materiales : afihes , trifoleares.
Anucncios en prensa, radio y televisión

Interpretaciones y Abordaje
de la Explotación Sexual
Comercial Infantil

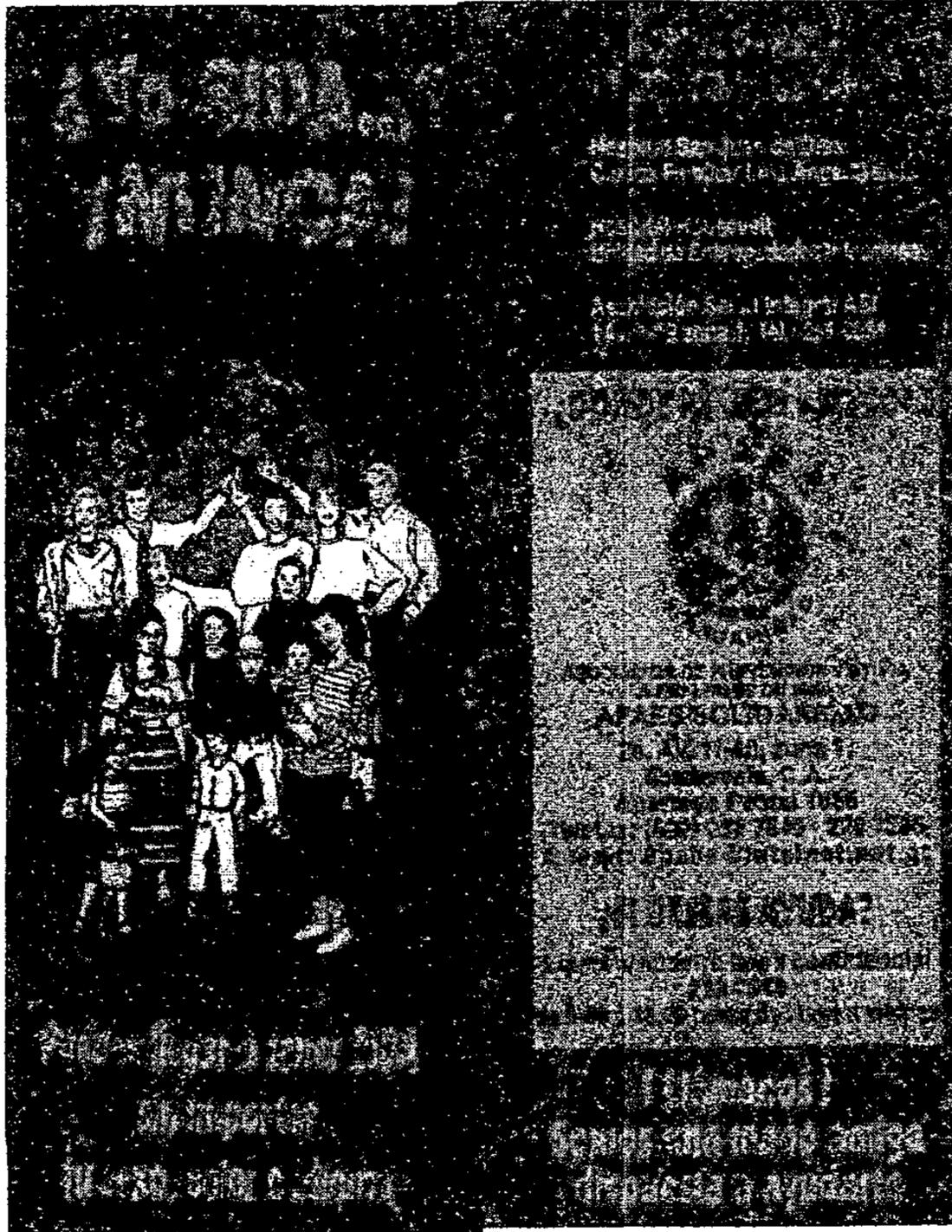


Cuaderno Divulgativo No. 27
Julio-Septiembre 2000

KINDEREN
IN DE RIJEL



Organización: PRONICE
Campaña : contra la prostitución infantil
Material: portada cuaderno divulgativo.
Otros Materiales: afiches , anuncios en
televisión



Organización: APAES
Material: Trifolear de información sobre
el VHI.

observación y entrevista

OBSERVACIÓN

Nombre de la ONG *Fundación Miran Mac*

Lugar donde esta ubicado el departamento

Físicamente.

Cuenta con una oficina Sí No

Organizacionalmente

Esta incluido en el organigrama Sí No

Personal con el que cuenta 3 personas 4 personas 6 personas

Otros 2 personas

Equipo con el que cuenta *Si se cuenta con computadoras, programas de diseños, pero estos son utilizados con mayor frecuencia para ediciones de libros y el boletín de la organización.*

Material para impresos *El material impreso de esta organización tiene una elaboración creativa, y un a muy buena presentación que atrae el interés de las personas.*

Nota: *La organización recibe apoyo en algunos casos de agencias de publicidad*

Entrevista

Datos Generales

Profesión del entrevistado. *Licenciado en Ciencias de la Comunicación*

Nombre de la Institución. *Fundación Mirna Mack*

Labor que desempeña. *Coordinador del Programa de Información y Documentación.*

Datos de la Institución

1-¿Qué labor realiza su organización?

La fundación se dedica a trabajar por la justicia social, capacitando a las personas en este tema y dando a conocer a las comunidades sus derechos como ciudadanos, además la fundación cuenta con una series de libros para aquella personas que trabajan en el campo jurídico de nuestro país.

2-¿ Existe un departamento encargado de la comunicación social? Se podría decir que sí.

3-¿El o los encargados del área de comunicación social es o son profesionales de la Comunicación? Si, pues somos dos periodistas.

Datos Comunicación Social

4 - ¿Cómo definiría según la ideología de su ONG comunicación social? Es la recopilación, difusión y puestas a disposición de información verídica a una población.

5¿ Por qué realiza su organización comunicación social?

La comunicación es algo innato en las persona por lo tanto no se puede dejar de comunicar, además el comunicar nos ayuda como organización a poder hacer critica, y a dar a conocer lo que se hace.

6-¿ Cómo realizan la comunicación social en la ONG?

Bueno, nosotros tenemos por así decirlo nuestra propia forma de comunicar la cual va desde el lenguaje que utilizamos en nuestros textos, hasta los anuncios televisivos que se dan para tema específico, además la fundación se apoya mucho en charlas, foros, seminarios, certámenes, capacitaciones para hacer llegar el mensaje.

7 ¿Cuál es la metodología que utilizan en su organización para hacer comunicación social? Si, se da una planificación, aunque no específicamente de comunicación, la investigación se realizo con anterioridad con el fin de definir el grupo al cual la fundación se dirigiría.

8-¿ Cómo dan a conocer ustedes los proyectos comunicación social? Se da la utilización de diferentes medios como lo son los masivos, alternativos, populares,

9-¿ Cuenta la ONG con un plan de relaciones públicas? En cuanto a relaciones publicas se da muy poco la planificación.

10 -¿ Cree usted que la comunicación social que su ONG realiza es efectiva? Si, hemos recibido una respuesta

1-¿Cuáles son los principales problemas con los que la ONG se ha encontrado para realizar comunicación social?*El factor económico es el que pesa mucho, pues si bien es cierto en la mayoría de organizaciones recibimos ayuda mucha de esta ayuda económica esta designada ya a un propósito específico. En cuanto a lo cultural este no tiene el apoyo que debe de llevar, el poco apoyo de los medios se suma a estos problemas ya que estos se han convertido en empresas que se interesan más por el dinero, que por la información.*

12 - ¿Qué aspectos según su experiencia en este campo debería de incluir un esquema de comunicación social para ser efectivo? *Se debería trabajar más con los medios para que estos ayuden.*