

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
BIBLIOTECA CENTRAL

PROCESO PARA LA ELABORACIÓN  
DEL MEDIO IMPRESO ALTERNO "EL FOLLETO"  
DENTRO DE LA COMUNICACIÓN POPULAR  
SOBRE EL TEMA "EL LIDERAZGO" DIRIGIDO  
A LAS PROMOTORAS FACILITADORAS AFILIADAS A LA  
COORDINADORA NACIONAL DE VIUDAS DE GUATEMALA  
EN EL DEPTO. DE EL QUICHÉ

Trabajo de Tesis presentado por:

**VALERIA IRENE INDEKEU RIVAS**

Previo a conferirsele el Título de:

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

ASESOR  
LIC. SERGIO MORATAYA

Guatemala, noviembre de 2004.

D. L.  
16

T(409)

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

Director

Lic. Gustavo Bracamonte

Comisión Directiva Paritaria

Lic. Gustavo Bracamonte

Representantes Docentes

Lic. Víctor Carillas

Lic. Sergio Morataya

Representantes de Egresados

Lic. Marcel Árevalo

Representantes Estudiantiles

Stevens Mencos

Edgar Hernández

Secretaria

Licda. Miriam Yucuté

Tribunal Examinador

Lic. Sergio Morataya (Presidente-Asesor)

Lic. Julio Moreno

Lic. César Urízar

Licda. Lesvia Morales

Lic. Jepzer Díaz

Lic. Juan Alberto González (Suplente)



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12  
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, 25 de agosto de 2004  
ECC-1672-04

Señor (a)(ita)  
Valeria Irene Indekeu Rivas  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 12.6 del Punto DECIMO SEGUNDO, del Acta No. 38-04, de sesión celebrada el 23-08-04.

“DECIMO SEGUNDO...12.6...El Consejo Directivo, ACUERDA a) Aprobar al (la) estudiante VALERIA IRENE INDEKEU RIVAS, Carné No. 199813466, el trabajo de tesis: PROCESO PARA LA ELABORACION DEL MEDIO ALTERNO IMPRESO “EL FOLLETO” DENTRO DE LA COMUNICACION POPULAR SOBRE EL TEMA “EL LIDERAZGO” DIRIGIDO A LAS PROMOTORAS FACILITADORAS AFILIADAS A CONAVIGUA EN EL DEPTO. DE EL QUICHE b) Nombrar como asesor(a) al (la) Lic. Sergio Morataya.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Miriam Yucuté  
Secretaria



MY/kdp



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

Guatemala, 13 de octubre de 2004  
ECC 2113-04

Señor (a)(ita)  
Valeria Irene Indekeu Rivas  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 7.17 del Punto SEPTIMO, del Acta No. 45-04 de sesión celebrada el 11-10-04.

“SEPTIMO:... 7.17... El Consejo Directivo, 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 Lic. Sergio Morataya (presidente), Lic. Julio Moreno, M.A. César Urizar , para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **VALERIA IRENE INDEKEU RIVAS**, Carné No. 199813466, cuyo título es: PROCESO PARA LA ELABORACION DEL MEDIO ALTERNO IMPRESO “EL FOLLETO” DENTRO DE LA COMUNICACION POPULAR SOBRE EL TEMA “EL LIDERAZGO” DIRIGIDO A LAS PROMOTORAS FACILITADORAS AFILIADAS A CONAVIGUA EN EL DEPTO. DE EL QUICHE. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“D Y ENSEÑAD A TODOS”

  
Licda. Miriam Yucuté  
Secretaria



MY/kdp

*Por una Escuela con luz propia*



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

APROBACION TERNA REVISORA

Señores,  
CONSEJO DIRECTIVO,  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio.

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que la estudiante VALERIA IRENE INDEKEU RIVAS, Carné 98 13466.

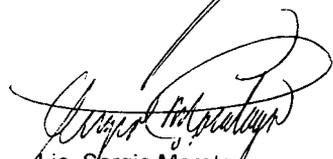
Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TRABAJO DE TESIS, cuyo titulo final es PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL MEDIO ALTERNO IMPRESO "EL FOLLETO" DENTRO DE LA COMUNICACIÓN POPULAR SOBRE EL TEMA "EL LIDERAZGO" DIRIGIDO A LAS PROMOTORAS FACILITADORAS AFILIADAS A CONAVIGUA EN EL DEPTO. DE EL QUICHÉ.

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

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.A. Cesar Urizar  
Miembro Comisión Revisora

  
Lic. Julio Moreno  
Miembro Comisión Revisora

  
Lic. Sergio Morataya  
Presidente Comisión Revisora

*Por una Escuela con luz propia*



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

Guatemala, 22 de octubre de 2004  
ECC-2160-04

Señor (a)(ita)  
Valeria Irene Indekeu Rivas  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 8.7 del Punto OCTAVO del Acta Extraordinaria No. 47-04 de sesión celebrada el 19-10-04.

"OCTAVO:...8.7.. El Consejo Directivo ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: PROCESO PARA LA ELABORACION DEL MEDIO ALTERNO IMPRESO "EL FOLLETO" DENTRO DE LA COMUNICACION POPULAR SOBRE EL TEMA "EL LIDERAZGO" DIRIGIDO A LAS PROMOTORAS FACILITADORAS AFILIADAS A CONAVIGUA EN EL DEPTO. DE EL QUICHE, presentado por el (la) estudiante VALERIA IRENE INDEKEU RIVAS, Carné No 9813466, con base en el 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: Lic. Lesvia Morales, Lic. Jepzer Díaz (titulares) Lic. Juan Alberto González (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Sergio Morataya, (Presidente), M.A. César Urizar, Lic. Julio Moreno, para que 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"

Licda. Miriam Yucufé  
Secretaria



MY/kdp

*Por una Escuela con luz propia*

## **DEDICATORIA**

---

Para compartir este logro en mi carrera profesional, quiero expresar mi gratitud a **Dios Padre**, quien me dio la semilla de la vida y vela para que pueda fortalecerme ante las penas y multiplicar con otros y otras mis alegrías.

También, dedico y agradezco este triunfo a mi familia, en especial a **Juan, Margo, Carlitos, mi papá, mi mamá y mi madrina**, quienes con sus cuidados y aliento me dan las fuerzas para seguir creciendo.

Además, doy gracias a todas las personas a quienes a través del tiempo he aprendido a llamarlas con mucho cariño **tíos, tías, amigos y amigas** que me han brindado su apoyo para alcanzar este logro.

Finalmente, deseo agradecer a todas las compañeras de **CONAVIGUA** quienes con sus ejemplos de vida, llenos de humildad y grandeza, aportaron gran sabiduría a este trabajo. Agradezco también al Lic. Sergio Morataya por su orientación y apoyo.

***“Ir a las ideas por medio de los hombres  
y a los hombres por medio de los hechos”.***

Lazareff, citado por Mario Kaplún.

**Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.**

# ÍNDICE

<b>Resumen</b>	<b>i</b>
<b>Introducción</b>	<b>iii</b>
Definición del Problema	1
Justificación	2
Objetivos	3
<b>Capítulo I</b>	
<b><u>1. Teoría de la comunicación: definiciones</u></b>	
1.1 <i>Definiciones sobre comunicación</i>	4
1.1.1 Elementos de la comunicación	5
1.2 <i>Modelos de comunicación</i>	6
1.2.1 Algunas consideraciones entre las definiciones de comunicación alterna y popular.	6
1.2.2 Medios de comunicación popular	6
1.2.3 Modelo de comunicación bancaria	8
1.2.4 Modelo de comunicación programadora	9
1.2.5 Modelo de comunicación popular	10
<b>Capítulo II</b>	
<b><u>2. Etapas en el proceso de comunicación popular     planteadas dentro de la teoría de comunicación popular</u></b>	
2.1 <i>La pre-alimentación</i>	12
2.2 <i>La producción</i>	13
2.3 <i>La validación</i>	13

### Capitulo III

#### 3 . Situación actual de la mujer indígena adulta rural

3.1	<i>Mujer Indígena rural y educación</i>	14
3.2	<i>Mujer indígena rural y aportes al desarrollo humano</i>	14
3.3	<i>CONAVIGUA: antecedentes, naturaleza, visión y misión de la organización.</i>	16

### Capitulo IV

#### 4 . El líder y/o Lidereza y el Liderazgo: nociones básicas.

4.1	<i>Definición sobre Liderazgo</i>	19
4.2	<i>Características de un Líder y Lidereza</i>	19
4.3	<i>Estilos de Liderazgo</i>	20
4.4	<i>Tipos de Líderes y Lideresas</i>	22
4.5	<i>Funciones del Líder y/o Lideresa</i>	23

### Capitulo V

#### 5 . Propuesta de metodología para la realización de la comunicación popular

5.1	<i>Actividades planificadas para la pre-alimentación.</i>	25
5.2	<i>La planificación de la estrategia para la codificación de textos</i>	25
5.3	<i>La producción</i>	26
5.4	<i>La Validación</i>	27

## Capítulo VI

### **6. Resultados del proceso de aplicación**

#### **de la propuesta metodológica** **28**

##### *6.1 Perfil de la entrevistadas* **29**

##### *6.2 Primera etapa: la pre-alimentación*

###### *6.2.1 Primera fase*

###### *6.2.1.1 Código experiencial* **30**

###### *6.2.1.2 Código ideológico* **38**

###### *6.2.2 Segunda fase*

###### *6.2.2.1 Código perceptivo* **39**

###### *6.2.2.2 Código asociativo* **43**

##### *6.3 Segunda Etapa: la planificación de la estrategia según los resultados encontrados en la pre-alimentación* **43**

###### *6.3.1 Los objetivos* **44**

###### *6.3.2 Características de las destinatarias* **44**

###### *6.3.3 Descripción de la organización o grupo que desea comunicar* **45**

###### *6.3.4 Definición de los contenidos* **47**

##### *6.4 Tercera Etapa: la producción*

###### *6.4.1 La Selección* **51**

###### *6.4.2 La Combinación* **57**

##### *6.5 Cuarta Etapa: la validación* **57**

#### Conclusiones **63**

#### Recomendaciones **65**

#### Referencias Bibliográficas **67**

#### Anexos **70**

# **RESUMEN**

---

## **TÍTULO:**

Proceso de elaboración del folleto sobre el tema "El Liderazgo", dentro de la comunicación popular, dirigido a las promotoras afiliadas a la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala -CONAVIGUA- residentes en el Depto. De El Quiché.

## **AUTORA:**

Valeria Irene Indekeu Rivas

## **UNIVERSIDAD:**

San Carlos de Guatemala

## **UNIDAD ACADÉMICA:**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

## **PROBLEMA INVESTIGADO:**

¿De qué forma se realiza el proceso de elaborar un medio alterno impreso desde las consideraciones de la comunicación popular que facilite la capacitación sobre el tema "El liderazgo" dirigido a las promotoras facilitadoras afiliadas a la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala?

Esta interrogante nace de la percepción de la investigadora sobre la carencia de una sistematización o metodología que facilite la codificación de mensajes para popularizar temas, en este caso, temas que reflejen la realidad de vida de las destinatarias y con ello se facilite la comprensión y el análisis de los mensajes sobre los temas. Estos mensajes, a su vez, serán transformados por las interlocutoras quienes darán inicio a un nuevo ciclo en el proceso de comunicación, al llevar los mensajes a las comunidades donde ejercen sus funciones organizativas como promotoras afiliadas a la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala, en la tarea de orientación de los pueblos mayas para el desarrollo humano y comunitario través de la promoción de los derechos humanos.

## **PROCEDIMIENTO:**

Para lograr establecer una guía para la codificación de mensajes dentro de los fundamentos de la comunicación popular, se reformuló y se adecuó la teoría sobre las etapas para la elaboración de mensajes que propone el comunicador popular Mario Kaplún.

Por tanto, se hizo una propuesta metodológica basada en las consideraciones y principios de este autor y luego se procedió a la aplicación de la propuesta para describir cada etapa del proceso y así brindar un ejemplo de metodología a través de la experiencia de realizar mensajes populares adecuados a las necesidades de las destinatarias, en este caso, las promotoras afiliadas a CONAVIGUA.

El aporte personal se encuentra en la etapa de planificación, en la cual se estructuró una estrategia basada en las experiencias pasadas de la investigadora, en este tipo de procedimiento y en la teoría sobre los fundamentos de Mario Kaplún y de otros autores en la investigación para la elaboración de estrategias en comunicación.

## **INSTRUMENTO:**

Para la recolección de información se utilizó una guía de temas realizada dentro de dos entrevistas focales o semi-estructuradas. También se empleó la técnica de la observación participativa, en la cual se empleó dinámicas participativas a través de los dibujos y recortes, las cuales se realizaron dentro del taller sobre el tema de "El Liderazgo" para conocer más sobre la percepción y la experiencia de las destinatarias al respecto.

## **RESULTADOS OBTENIDOS:**

Los resultados obtenidos se explican a través de la información obtenida en la ejecución de cada etapa del proceso de elaboración del folleto según las actividades planificadas en la propuesta metodológica para cada etapa. Se describe y se analizan las etapas desde la recolección de la información hasta el producto final.

# INTRODUCCIÓN

El tema “Proceso para la elaboración del medio alterno impreso el folleto dentro de la comunicación popular sobre el tema *El Liderazgo dirigido a las promotoras facilitadoras afiliadas a Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala de el departamento El Quiché*”; es el resultado de un proceso investigativo motivado por la problemática percibida sobre el desconocimiento y la carencia de metodologías que se enfocan a la elaboración de materiales educativos que contengan mensajes conscientes que fomenten la participación de todos los actores y las actrices en el proceso comunicativo.

Para ello, el presente estudio se realizó con el objetivo de describir la aplicación del proceso de elaboración de mensajes para implementar una metodología basada en los fundamentos teóricos sobre la comunicación popular de Mario Kaplún y la experiencia de la investigadora sobre la problemática percibida, con la finalidad de proporcionar una experiencia que sirva de ejemplo para la elaboración de contenidos en los materiales educativos de apoyo utilizados por las interlocutoras, en este caso, por las promotoras afiliadas a CONAVIGUA pertenecientes a las regiones ixiles y quichés del departamento de El Quiché.

Una de las razones para desarrollar la investigación dentro de las consideraciones teóricas de Mario Kaplún, lo constituye la importancia de hacer partícipes a las interlocutoras en la elaboración de sus mensajes, puesto que las destinatarias, en este caso las promotoras, tienen la responsabilidad de ser multiplicadoras del conocimiento adquirido dentro del Programa de Capacitación y Formación de Promotoras. En este programa, las interlocutoras llevan a cabo un proceso de aprendizaje sobre diversos temas que sean útiles para el desarrollo de sus capacidades como lideresas en las comunidades donde residen. Por consiguiente, al partir de la experiencia de vida de las destinatarias y el conocimiento generado a través de esta experiencia, las interlocutoras verán reflejada su realidad en los mensajes y así serán capaces de comprender y transformar los mensajes codificados, para luego ser las interlocutoras quienes reinicien el proceso de comunicación de los mensajes en las comunidades donde laboran.

En este caso, los mensajes contenidos en el material alterno “el folleto” se enfocan dentro de los fundamentos básicos del tema sobre *El Liderazgo* debido a la necesidad expresada por la organización de brindar conocimientos básicos sobre un tema que apoye para dar nuevas perspectivas sobre las cualidades, las capacidades y las funciones del Liderazgo, y que estas nuevas perspectivas, ayuden a fortalecer sus capacidades humanas y técnicas en su trabajo como lideresas comunitarias.

Para alcanzar el objetivo de desarrollar y aplicar una propuesta en la elaboración de contenidos populares, la investigación está clasificada en seis capítulos. En el primero se plantean las definiciones teóricas acerca de los conceptos de comunicación y los elementos en el proceso de comunicación, como marco general, para adentrarse en las definiciones sobre la comunicación popular. También dentro de este primer capítulo se definen los modelos de comunicación generales clasificados dentro del enfoque de los planteamientos teóricos del comunicador popular Mario Kaplún.

Luego, en el segundo capítulo se muestran las etapas dentro del proceso de comunicación popular siguiendo el enfoque del comunicador Mario Kaplún, las cuales se clasifican en tres pasos generales: la etapa de pre-alimentación o la etapa de recolección de información sobre las percepciones, ideas, asociaciones y experiencias sobre el tema, la etapa de producción de los mensajes y la etapa de decodificación activa, que en este caso se le denomina etapa de validación de los contenidos por parte de las destinatarias.

En el tercer capítulo se muestra el enfoque teórico sobre la realidad de las interlocutoras promotoras afiliadas a CONAVIGUA. En primera instancia, se ofrece una introducción general sobre la situación de las mujeres indígenas rurales para luego partir en tres aspectos considerados importantes para la definición y comprensión de la población a investigar: la mujer indígena rural y la educación, la mujer indígena rural y aportes al desarrollo humano; los antecedentes y bases de pensamiento estratégico de CONAVIGUA como lo es la naturaleza, visión y misión de la organización.

En el cuarto capítulo, se proporcionan las definiciones sobre los fundamentos básicos utilizados en el tratamiento del tema sobre "El Liderazgo". Aquí cabe mencionar que la teoría utilizada para la elaboración de los mensajes dentro del folleto sobre el tema de "El Liderazgo" fue la transformación y reconstrucción sobre la teoría sobre los fundamentos básicos del Liderazgo de Reddin con los planteamientos del conocimiento teórico y práctico presentados en el taller sobre el Liderazgo realizado durante la tercera semana del mes de Agosto de 2004.

En el capítulo quinto, después del análisis y la transformación teórica de los fundamentos básicos planteados por Kaplún en materia de comunicación popular, se define la propuesta metodológica descrita en cuatro etapas: las actividades planeadas para la etapa de pre-alimentación, la etapa de planificación de la estrategia para codificar mensajes populares, las consideraciones para la etapa de producción y la forma para realizar la etapa de validación.

La aportación personal para esta investigación se encuentra en la construcción de la estrategia para codificar los mensajes populares, la cual se basó en los fundamentos básicos de Kaplún y otros fundamentos transformados y utilizados por la investigadora con la finalidad de proporcionar una guía que apoye en la elaboración de contenidos populares enfocados a la tarea de comunicar mensajes que reflejen y se condicionen a la percepción de los y las destinatarias para que, estos a su vez, transformen y se apropien de los mensajes.

En este capítulo también, se definen las actividades planeadas para la etapa de pre-alimentación o la etapa de recolección de datos a través de las interlocutoras. Esta etapa se realizó en dos fases importantes: la primera a través de la realización de dos entrevistas de grupos focales y la segunda a través de la participación de dinámicas observadas dentro del proceso de aprendizaje sobre el tema, en este caso, en el tema del Liderazgo.

Y por último, se presenta el capítulo VI sobre los resultados obtenidos en cada etapa de la propuesta metodológica, describiendo y analizando las cuatro etapas planteadas en el Capítulo V.

## **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

---

Dentro de la categoría de actividades primordiales que realiza la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala, están incluidas las capacitaciones sobre temas de diversa índole dirigidas a las promotoras afiliadas, en la promoción y la defensa de derechos humanos para el logro del desarrollo humano integral.

A su vez, el conocimiento adquirido por las promotoras facilitadoras a través de dichas capacitaciones, es multiplicado hacia las poblaciones en las cuales CONAVIGUA tiene presencia. Por tanto, los medios alternos sobre todo los impresos, juegan un papel importante como apoyo fundamental, ya que estos medios impresos proporcionan una guía a las promotoras encargadas de orientar en la educación de las comunidades, en los temas de su interés.

Actualmente, existe la carencia de una metodología adecuada a las necesidades, en este caso de comunicación popular, que facilite a las promotoras su tarea para desarrollar las temáticas que se usan en las capacitaciones de las afiliadas de CONAVIGUA.

A partir de esta situación nace la interrogante: *¿De qué forma se realiza el proceso de elaborar un medio alterno impreso desde las consideraciones de la comunicación popular que facilite la capacitación sobre el tema "El liderazgo" dirigido a las promotoras facilitadoras, afiliadas a la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala?*

Al exponer el anterior enunciado, surge la propuesta de formular un método adecuado y flexible, a través del modelo de comunicación popular basado en la teoría expuesta por Mario Kaplún, con el objeto describir el proceso de dicho modelo de participación, y sobre todo, la experiencia de aprendizaje entre comunicador (a) e interlocutor (a).

## **JUSTIFICACIÓN**

---

A la hora de elaborar los contenidos para los materiales alternos ya sean materiales impresos, audiovisuales, etc, las situaciones más comunes encontradas por las promotoras residentes en áreas rurales, son la distorsión y dificultad de comprensión acerca de temas de diversa índole, ya que las personas a las cuales se dirige este material no son partícipes en la elaboración de su contenido o su realidad no se ve reflejada en los materiales educativos.

Las organizaciones como CONAVIGUA al contratar personas y/o entidades especialistas en "popularizar" estos temas, no se percatan que en muchos casos, estas entidades desconocen los principios teóricos que posee la comunicación popular para realizar una investigación y planificación adecuada. El producto final es un mensaje que ha sido codificado basado según las percepciones del comunicador (a) sobre la realidad de los destinatarios (as) y no desde la percepción de ellos (as).

Por consiguiente, muchos mensajes aún simplificados, no cumplen con el enfoque de la población, ni con el enfoque que la organización pretende orientar sobre el tema, creando así barreras en la comunicación que perjudican a largo plazo el trabajo que estas entidades realizan para sus poblaciones metas.

Es por ello, que en el presente diseño de investigación, se propone la importancia de describir el proceso que conlleva adoptar y transformar el modelo de comunicación popular para la elaboración de contenidos. Lo anterior, cobra mayor relevancia cuando se desea comunicar mensajes que auxilien la educación y orientación de las poblaciones en temas de vital importancia para la organización humana como lo es "El Liderazgo".

Por otra parte, también se pretende describir la realidad actual del comunicador (a) que comienza a adoptar este tipo de comunicación, en relación a la práctica, a los logros y las limitantes en cuestiones de educación popular.

## **OBJETIVOS**

---

### **General**

Describir el proceso de la aplicación de la propuesta metodológica basada en los principios sobre el modelo de comunicación popular explicado por el comunicador Mario Kaplún.

### **Específicos**

- Recolectar la información en base al tema "El Liderazgo", por medio de la etapa de la pre-alimentación.
- Planificar la estrategia de comunicación sobre el tema "El liderazgo".
- Elaborar el contenido del folleto en base a la información resultante de la pre-alimentación.
- Validar el contenido con la población meta.

# CAPÍTULO I

---

## I. Teoría de Comunicación: definiciones

### I.1 Comunicación

#### I.1.1 Elementos de la comunicación

### I.2 Modelos de comunicación

#### I.2.1 Algunas consideraciones entre las definiciones de comunicación alterna y popular

#### I.2.2 Medios de comunicación popular

#### I.2.3 Modelo de comunicación bancaria

#### I.2.4 Modelo de comunicación programadora

#### I.2.5 Modelo de comunicación popular

# **CAPÍTULO I**

## **Teoría de la Comunicación**

### **I. Definiciones**

#### **I.1 Comunicación**

Desde la perspectiva de la teoría de comunicación popular, la comunicación no se ve como un simple proceso de transmisión o difusión de un mensaje entre un emisor y receptor a través de un canal determinado. Para el comunicador popular Mario Kaplún (1987) en su libro "El Comunicador Popular", define a la comunicación desde la etimología de la raíz latina COMMUNIS "poner algo en común con otro", es decir la comunicación "expresa algo que se comparte, que se tiene o se vive en común" (Kaplún 1987, p.68).

De esta base, Kaplún hace una división entre la información y comunicación : la primera concepción se refiere al sistema de transmisión de mensajes y la segunda al establecimiento del proceso de diálogo.

El mismo Kaplún, hace más notoria esta diferencia al citar la definición de Ricardo Nocedal: "la comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común" (Kaplún 1987, p.68).

### 1.1.1 Los elementos de comunicación

Al tomar como base las definiciones de Luis Eladio Proaño (1980) sobre los elementos que componen el proceso comunicacional, se tiene :

- **El emisor:** elemento de emitir o enviar el mensaje tomando la iniciativa o teniendo la necesidad de comunicar, sea éste una persona o un grupo de personas.
- **El mensaje:** se define como aquel conjunto de símbolos o signos codificados por el comunicador acerca de ideas, pensamientos e información que desee comunicar al receptor.
- **El receptor:** es él que recibe el mensaje enviado por el emisor al igual que el emisor puede ser un individuo o un grupo de personas. Aquí la variación de la función de éste se dará dependiendo el modelo de comunicación al que se le relacione: ya sea que se llame receptor y/o interlocutor (a).
- **El canal:** es el medio y/o vehículo a través del cual se comunica el mensaje enviado por el emisor.
- **El código:** se comprende como el sistema de signos y reglas que utilizamos para transmitir mensajes, es un conjunto organizado de signos.
- **El contexto:** es el lugar y/o espacio en que se desarrolla el proceso comunicacional.
- **La retroalimentación:** se considera a este término como la respuesta del primer proceso de comunicación por parte del emisor que espera que el receptor decodifique y codifique otro mensaje para alimentar otra vez el proceso.

Cabe la aclaración, que dentro del enfoque de los fundamentos teóricos sobre comunicación popular de Mario Kaplún, los elementos en el proceso de comunicación adquieren distintos significados según el modelo de comunicación en el que se desarrolle el mensaje.

## 1.2 Modelos de la Comunicación

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
BIBLIOTECA CENTRAL

### 1.2.1 Consideraciones entre comunicación alternativa y popular

Antes de comenzar con la explicación de los modelos de comunicación, cabe aclarar la posición tomada en el presente trabajo entre comunicación alterna y comunicación popular.

Según Glenda Aguilar (2000), en contra propuesta a la comunicación de masas surge la comunicación alterna, la cual se define como la comunicación que incluye al receptor, que hasta el momento en la comunicación masiva era solo un grupo uniforme que no tenía representatividad en el proceso comunicativo. Esta idea surge de la necesidad de comunicación que poseían los grupos comunales, organizaciones públicas, universitarias y en algunos casos por los movimientos políticos y sociales.

Para efectos del presente estudio, la comunicación popular y la alterna son definidas partiendo del mismo origen, sin distinción alguna, optando por manejar el término de comunicación popular.

Para reforzar la opción anterior, se toma en cuenta que las características de la comunicación alternativa pertenecen a los términos antes empleados por Kaplún a la comunicación popular:

- *La comunicación alterna promueve la participación y organización social*
- *Brinda acceso a los medios de comunicación social*
- *Es una herramienta de educación popular*
- *Acelera el cambio y desarrollo social* ” (Aguilar 2000, p.91).

### 1.2.2 Medios de comunicación alterna y/o popular

Los medios más empleados en este tipo de comunicación los encontramos en la categoría de los impresos, como medios asequibles a las organizaciones y grupos populares. Por ejemplo el periódico, el mosquito, el boletín, el folleto entre otros. El rasgo característico de estos medios es su particular esencia, de producir mensajes desde sus destinatarios (as) siguiendo el modelo de comunicación horizontal, es decir iniciar un proceso comunicativo a un nivel en el cual los interlocutores posean las condiciones equitativas para informar algo en común.

Estos medios populares centran al hombre y a la mujer como los actores de los mensajes. Lo anterior no descarta la utilización de medios masivos siempre y cuando contenga el rasgo característico de comunicación horizontal.

Los medios impresos o escritos, para el estudio en cuestión, se clasifican en:

#### *Medio Escrito "El periódico"*

Tradicionalmente lo definen como *"un medio de comunicación que tiene como objetivo informar acerca de los acontecimientos de relevancia y trascendencia, con noticias a nivel local, nacional e internacional"* (Torre Zermeño y De la Torre 1995, p.115).

En la comunicación alterna, el periódico se muestra como *"la solidificación de intereses, característica que permite a los elementos grupales manifestar sus inquietudes personales que coinciden con las inquietudes sociales"* (Aguilar 2000, p.92).

#### *Medio Escrito "El folleto"*

Según el diccionario enciclopédico Larousse (1991, p.476), lo define como *"un medio no encuadernado de menos importancia que un libro"*.

En este caso, se construye la definición en base a la utilidad de los destinatarios(as) le dan a este medio impreso: *"como un medio impreso alterno que encierra elementos gráficos como caricaturas y/o diversas ilustraciones; además de poseer textos redactados en un lenguaje sencillo para exponer contenidos sobre temáticas de diversa índole"*.

#### *Medio Escrito "El boletín"*

El período de circulación del boletín es menor que la del periódico. *"Con un formato flexible, el boletín permite que el creativo utilice todos los códigos icónicos, lingüísticos y cromáticos que le anima"* (Aguilar 2000, p.93).

#### *Medio Escrito "El Afiche"*

Las características de este medio impreso no encuadernado, *"pertenecen a la combinación grafica, textual y cromática de elementos que contienen un mensaje breve y llamativo"* (Aguilar 2000, p.93).

Aclarado lo anterior, se presentan los modelos comunicacionales tomados en cuenta para la investigación:

### 1.2.3 El modelo de comunicación bancaria

Este modelo de comunicación transmite mensajes tomando en cuenta al receptor como un depósito en el cual se vacían informaciones (Kaplún 1987). A este sistema, Paulo Freire lo califica como educación bancaria para luego Kaplún denominarlo comunicación bancaria.

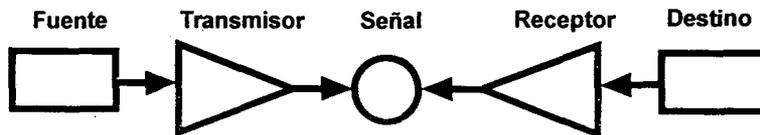
#### ***Funciones de los elementos de comunicación en el proceso de comunicación bancaria:***

- Emisor: emite, habla, escoge el contenido de los mensajes, es él que sabe.
- Receptor: escucha, recibe información, pasivo.
- Mensaje: contenidos que se trasladan al receptor, sin esperar la retroalimentación de éste.

Kaplún diagrama este modelo como esquema de información vertical, tomando en cuenta que este proceso solo se limita a la traslación de mensajes.

Como agregado a este esquema, podemos comparar el origen del modelo de comunicación bancario con los conceptos de las teorías norteamericanas, en este caso el modelo diseñado por los matemáticos Claude Shannon y Warren Weaver a finales de la década de los 40. En un principio el modelo fue estudiado para la comprensión de la dinámica de los medios electrónicos hasta registrar un éxito que pretendía generalizar para cualquier fenómeno comunicacional. El modelo estructura cinco elementos: fuente, transmisor, señal, receptor y destino, ordenados todos en un orden lineal, aunque horizontal, en la práctica el modelo se da por su verticalidad en la comunicación:

Cuadro No.1



Modelo de Shannon y Weaver, explicado por Proaño  
1980, p.24

Eladio Proaño (1980) menciona que la fuente cumplía con el papel de emisor, el transmisor con el papel de canal, la señal es entendida como el mensaje y el receptor cambio a descifrador y el destino a receptor (se toman estos dos últimos como receptor). La característica esencial por la cual se compara el modelo de Shannon y Weaver con el modelo de la comunicación bancaria, se debe a que capta la parte substancial del proceso de ida pero ignora la respuesta (la retroalimentación).

#### **1.2.4 Modelo de comunicación programadora**

Se define al modelo de comunicación programadora como el modelo con énfasis en los efectos. Nace en Norteamérica y su método principal es codificar mensajes de forma rápida y práctica para que los receptores adopten acciones previamente esquematizadas por medio de la persuasión. La base de este modelo se remonta en la teoría psicológica conductista en la cual se establece la relación estímulo y la respuesta, respuesta por la cual recibe una recompensa creando así mecanicidad en los hábitos de las personas (Kaplún 1987, p.30).

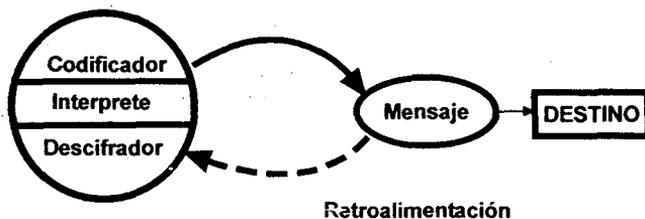
Dentro del campo de la comunicación este modelo es el clásico, el esquematizado y generalizado para todos los fenómenos de comunicación existentes.

##### ***Funciones de los elementos de comunicación en el proceso de comunicación bancaria:***

- Emisor: programa.
- Receptor: recoge el estímulo, adopta conductas, acata mensaje, reacciona ante estímulos.
- Mensaje: se vale de la persuasión.
- Retroalimentación: sirve como mecanismo de control para conocer si el efecto programado esta funcionando en el receptor.

Siguiendo con el esquema de las comparaciones, al modelo programador behaviorista se asemeja el modelo esbozado por Wilbur Schramm, aunque su representación se diagrama de manera circular y no lineal, por las funciones de sus elementos, especialmente el esquema de la retroalimentación se considera dentro de esta categoría de modelos de comunicación persuasiva.

Cuadro No.2



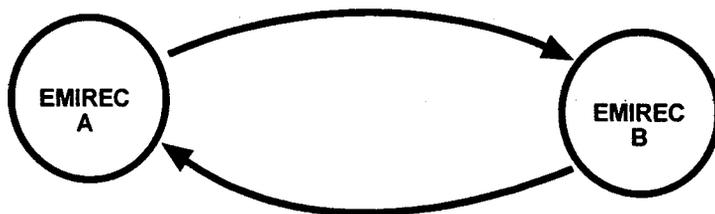
**Modelo para describir la retroalimentación según Wilbur Schramm, explicado por Proaño 1980, p.26**

Schramm hace notar que la retroalimentación es una parte esencial del proceso, en la cual se indica como los mensajes son interpretados por el receptor. El anterior enunciado guarda similitud con lo que Kaplún (1987) expone acerca del concepto de retroalimentación dentro de la teoría behaviorista, en la cual la retroalimentación es tan solo la comprobación o confirmación del efecto previsto, es decir como reaccionan o interpretan los mensajes por parte del receptor.

### 1.2.5 Modelo de comunicación popular

Para la definición del modelo de comunicación popular se parte del estudio del modelo de educación con énfasis en el proceso, cuyo origen se encuentra en América Latina con clara influencia de pedagogos y psicólogos europeos y estadounidenses. Aunque es a través de Paulo Freire, quien marca los fundamentos para construir una teoría sobre la educación de la transformación. Sus características fundamentales son generar el diálogo, participación y sobre todo la actitud de cuestionamiento, en torno al contexto del emisor-receptor (interlocutor/a) (Kaplún 1987). El objetivo de este modelo es que las interlocutoras y los interlocutores piensen, cuestionen sobre su entorno y con ello se produzca el proceso de apropiación y transformación de sus realidades.

En cuanto al modelo de comunicación popular se toma en cuenta el hombre EMIREC (emisor-receptor), el modelo creado por el canadiense Jean Clutier en 1973.



**Modelo sobre la comunicación popular según Jean Cloutier, explicado por Kaplún 1987, p.70**

## **CAPÍTULO II**

---

### **2. Etapas del proceso de comunicación popular**

**2.1 La pre-alimentación**

**2.2 La producción**

**2.3 La validación**

## 2. Etapas del proceso de la comunicación popular

Las etapas básicas sobre la elaboración de los mensajes para lograr la fluidez del modelo del EMIREC, según el análisis y síntesis sobre la teoría del comunicador popular Mario Kaplún lo constituyen:

### 2.1 La pre-alimentación:

Se le denomina así a la *“búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen”* (Kaplún 1987, p.101). En este punto es esencial tener en cuenta que la función del comunicador será recoger las experiencias de la comunidad, seleccionarlas, ordenarlas y organizarlas y, así estructuradas, devolverlas a los destinatarios, de tal modo que éstos puedan hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas. Aquí se debe indagar en los códigos que maneja el interlocutor(a). Estos códigos, según Kaplún se clasifican en:

- **Código Perceptivo:** este signo es el relacionado con el interlocutor(a) y la significación que percibe en el primer contacto con el mensaje. *“Este es el código que corresponde a las palabras, al vocabulario”* (Kaplún 1987; p. 151).
- **Código Asociativo:** en esta categoría Kaplún (1987, p.161) dice, *“que no basta con percibir y entender las palabras. Esos signos no están aislados: adquieren significación en el conjunto, en la relación de unos con otros”*. Es decir este código es la relación que establece el interlocutor y/o interlocutora en cuanto al orden y conexión de los signos de su realidad e interpretación que éste o ésta le da para captar el sentido del mensaje en conjunto.
- **Código Experiencial:** este es el código que provee las experiencias previas de la comunidad destinataria en relación con esa materia o ese hecho que se desee comunicar. Es decir, *que el comunicador debe buscar “ir de lo concreto a lo abstracto, de la descripción al análisis”* (Kaplún 1987, p.171).
- **Código Ideológico:** se le denomina así a los diferentes niveles de conciencia, es decir, en la manera en que el interlocutor y/o interlocutora ve su realidad. Es importante a la hora de codificar en esta categoría, el comunicador(a) popular este condicionado(a) por el grado de percepción social en nuestros destinatarios(as). Esto sirve para que el código ideológico empleado no sea rechazado ya que puede contrariar sus creencias, valores, etc. generalizados por su condición social durante toda su vida (Kaplún 1987, p.182).

## 2.2 La producción

Dentro de la producción, se tendrán en cuenta los pasos para elaborar los contenidos: la selección y la combinación. "No hay mensaje que no sea seleccionado y combinado" (Kaplún 1987, p. 218).

Por selección se entiende a el proceso de delimitar los contenidos tomando en consideración que no se puede recargar, ni decir todos los aspectos de un tema en un solo mensaje o producción de material. Mejor es tener pocas ideas claras y concisas a desarrollar, además de priorizarlas y distribuirlas.

Por combinación se entiende a la manera en que se codifica el comienzo y el final del mensaje, ya que un comienzo abstracto, confuso y ajeno no despierta el interés del interlocutor y/o interlocutora; así mismo un final débil e impreciso arruina todo el mensaje por bien planteado que éste sea (Kaplún, 1987).

## 2.3 La validación

Esta etapa se refiere al proceso de aprobación del mensaje por parte del interlocutor y/o interlocutora en el cual se concluye el modelo del EMIREC al decodificar activamente éste, es decir, cuestionándolo. El término "decodificar activamente" se refiere al proceso en el cual el interlocutor(a) hace la síntesis del mensaje. Es decir, que lo comprenda, interprete y así se apropie del conocimiento y lo transforme.

Dentro de las etapas antes mencionadas, se formula una etapa más, la cual se le denomina "la etapa de planificación para codificar los contenidos en base a los resultados de la pre-alimentación". La definición y descripción de esta etapa se verá en el capítulo V, donde se estructura la propuesta para realizar el proceso de codificación de mensajes dentro de la comunicación popular.

## **CAPÍTULO III**

---

### **3. Situación actual de la mujer adulta indígena rural en Guatemala**

#### **3.1 Mujer indígena rural y educación**

#### **3.2 Mujer indígena rural y aportes al desarrollo humano**

#### **3.3 CONAVIGUA**

##### **3.3.1 Antecedentes**

##### **3.3.2 Naturaleza, misión y visión**

## **CAPÍTULO III**

### **3. Situación actual de la mujer adulta indígena rural en Guatemala**

La mujer indígena rural ocupa una de las situaciones más precarias en condiciones básicas de existencia. Dentro de sus rasgos demográficos, se menciona en el Informe Nacional de Desarrollo Humano "Guatemala: Desarrollo Humano, Mujeres y Salud 2002" -INDH-, que dentro del rango de mujeres de 18 a 59 años, *"el 37% de la población de mujeres adultas lo constituyen mujeres indígenas que se encuentran concentradas en el área rural."* (INDH 2002, p.211).

Su situación se ubica dentro de un contexto hostil, en el cual son sujetas de discriminación tanto por su condición de género como étnico-cultural. A esto se suma que por su condición de habitar en áreas rurales, ellas tengan restringido el acceso a los servicios de atención social, y por consiguiente, esta situación da como resultado una serie de factores que dificultan su desarrollo humano individual y comunitario. También hay que tomar en cuenta los aspectos históricos-culturales en los cuales han sido sujetas al autoritarismo, la violencia y en un factor más relevante a las consecuencias del conflicto armado interno que afectó profundamente a las comunidades indígenas rurales.

#### **3.1 Mujer indígena rural y educación**

La educación es uno de los factores integrales para la formación de personas capaces de expresarse, cuestionar y disentir. Del anterior enunciado, cabe analizar que del total de población *"el 58.8% de las mujeres indígenas rurales no saben leer, ni escribir; el 10.1% solo lee y el 31.1% sabe leer y escribir. En cuanto al aspecto sobre el nivel de escolaridad, se observa que el 69% de las mujeres adultas indígenas del área rural no tiene ningún nivel de escolaridad y solamente el 29% ha completado la educación primaria. Prácticamente no hay mujeres indígenas rurales con educación media o superior"* (INDH 2002, p.237).

#### **3.2 Mujer indígena rural y aportes al desarrollo humano**

Las mujeres adultas, en general, contribuyen fundamentalmente en tres aspectos al desarrollo de la sociedad guatemalteca: A) en el aporte al ámbito productivo, donde sus facultades físicas e intelectuales y su capacidad creativa se emplean para generar bienes y servicios. B) El aporte al trabajo reproductivo, que hace referencia al esfuerzo físico e intelectual en el que las mujeres laboran en actividades productivas familiares y tareas de mantenimiento de la vivienda. C) Y por último, el aporte comunitario realizado en sus colonias, barrios o comunidades, orientado a afianzar mecanismos que repercutan positivamente en la protección familiar.

En el ámbito productivo las mujeres adultas, han mostrado cambios notables durante la última década gracias a su creciente incorporación a la población económicamente activa (PEA). Pero estos cambios no están en relación al factor educación, ya que la mayoría de mujeres responden a una necesidad de generar ingresos para el grupo familiar pero no necesariamente las mujeres que laboran o que no solamente trabajan en los quehaceres domésticos, estudian.

En este punto, se hace notar que a pesar de este incremento, las mujeres poseen ingresos promedios menores a los de los hombres, además se debe sumar a este hecho que sus jornadas de actividad son más largas que los hombres. Una de las causas a las que se les atribuye este problema se debe a que las mujeres realizan doble funcionalidad: la doméstica y la extradoméstica. Cabe mencionar, que la labor doméstica sigue sin ser reconocida, ya que ésta *“no se considera como trabajo productivo sino se asume como una obligación social y natural de las mujeres, lo que refuerza su subordinación a las estructuras de poder y por consiguiente afloran las múltiples formas de exclusión, discriminación, violencia y explotación”* (Primer informe situaciones y derechos de las mujeres indígenas en Guatemala 2003, p.23).

Por último, y para efectos de la investigación, se ahonda en el aspecto de participación política y social de las mujeres indígenas. En cuanto a su participación ciudadana sigue siendo sumamente limitada pues no se toma en cuenta los obstáculos que se generan a raíz de las condiciones particulares de género que viven las mujeres: *“las largas jornadas domésticas, el trabajo extradoméstico, la falta de acceso a información, la violencia y, sobre todo, la cultura que imprime en hombres y mujeres la idea que la política no es asunto de ellas”* (INDH 2003, p.22). Lo anterior se refleja, entre otras cosas, que las mujeres no son inscritas en el registro civil cuando nacen y por tanto al alcanzar la mayoría de edad no pueden participar en los procesos electorarios, dicha situación se ve reflejada en la escasa presencia de las mujeres en puestos públicos.

Hay que tomar en cuenta, que a pesar de su limitada participación, la búsqueda de espacios por parte de las mujeres indígenas en las distintas instancias del Estado y de la sociedad civil constituye un avance en la situación real del país. Esto se ve plasmado en la creación de leyes tales como: Ley de Dignificación y Promoción Integral de la Mujer (Decreto 7-1999), la Ley de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural (11-2002) Reforma al Código Penal sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (Decreto 57-2002) y más.

Además, existen organizaciones como los comités pro-mejoramiento, bancos comunales, organizaciones de desarrollo, organizaciones religiosas católicas y protestantes, las cuales son vistas entre las mujeres indígenas como espacios de decisión para actividades comunitarias y políticas.

En las regiones más afectadas por el conflicto armado, como es en el caso de esta investigación: el departamento de El Quiché, se muestra un movimiento creciente de organizaciones locales y externas donde mujeres indígenas y ladinas canalizan proyectos y apoyos para solventar problemas como secuela del conflicto armado interno. Estas organizaciones se caracterizan por el especial interés que han puesto otras dependencias del Estado y ONG's para su capacitación en su fortalecimiento organizacional, humano, político y social (Defensoría Mujer Indígena, 2003).

### **3.3 CONAVIGUA**

#### **3.3.1 Antecedentes**

Como se hace notar en el documento de la Planeación Estratégica Participativa (2001), la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala -CONAVIGUA-, surge a finales de la época de los 80. Esta época se caracterizó por la necesidad de crear una organización que apoyara en momentos en que era necesario defender los derechos de las mujeres indígenas, sobre todo de aquellas que debido a las violaciones incurridas durante el conflicto armado perdieron a sus compañeros y/o esposos. La situación anterior conllevó a que las mujeres se organizaran y demandaran promover la solidaridad de las mujeres viudas en cantones y comunidades de estos departamentos para buscar aliviar necesidades básicas, buscando ayuda y el acopio de víveres para madres e hijos en condiciones de orfandad.

El trabajo de CONAVIGUA inicia con grupos de mujeres en comunidades diferentes de los departamentos de Totonicapán, El Quiché y Chimaltenango, en un contexto nacional de aguda represión e incipiente democracia. No fue hasta septiembre de 1988 que CONAVIGUA surge como entidad pública, se decide la constitución formal de la organización y se nombra a la Primera Junta Directiva Nacional.

Entre 1989 a 1992, CONAVIGUA se amplía y fortalece a nivel de estructuras locales, municipales y departamentales en El Quiché y Chimaltenango. Además, en este período la organización se complementa con módulos de formación y capacitación, con la creación de comisiones de trabajo, la conformación del equipo nacional organizativo y la instalación de una guardería en apoyo a las funciones de dirección de las lideresas. Luego, se obtienen recursos para la compra de la casa que alberga actualmente las oficinas centrales de CONAVIGUA.

En el lapso de 1995 -1996, se caracteriza por un ambiente que se focaliza en el proceso de negociaciones y la demanda por la firma de la Paz. Durante estos años, CONAVIGUA continúa su proceso de fortalecimiento organizativo, en el cual se integran otros departamentos provenientes de la Costa Sur. También, da un giro significativo en la definición de los programas y plataformas y de las reivindicaciones de CONAVIGUA al poner los Acuerdos de Paz al centro de las mismas y de la política institucional.

Para el año 2001, CONAVIGUA concluye su plan estratégico para el periodo del 2001 al 2005, se identifican las principales temáticas y/o actividades de la organización:

1. Derechos Humanos: en este apartado se hace referencia a programas como:

- Lucha por el resarcimiento moral y material a las víctimas del conflicto armado  
con claridad de la misión y visión de la organización
- Localización de cementerios clandestinos y práctica de exhumaciones
- Lucha contra la desaparición forzada
- Promoción de la justicia y lucha contra impunidad

Y se ha enfatizado primordialmente en dos programas principales:

- 1.1 Promoción y Defensa de los Derechos de la Mujer:
- 1.2 Promoción de los Derechos de la Niñez y la Juventud

2. Desarrollo Comunitario Integral:

- Lucha porque se cubran las necesidades materiales básicas
- Apoyo en actividades agrícolas productivas y al alivio comunitario con proyectos de infraestructura social, educativa, sanitaria
- Dentro del programa de resarcimiento con la construcción de techo mínimo

3. Desarrollo Político y de Organización:

- 3.1 Fortalecimiento organizativo e institucional
- 3.2 Coordinaciones y alianzas Nacionales e internacionales

4. Participación Política y Ciudadana

5. Capacitación, Formación y Educación

- Programas para apoyar la educación formal y alfabetización
- Programas para la formación política y ciudadana
- Programas para la capacitación técnica administrativa

6. Acuerdos de Paz, tomado como eje transversal

### 3.3.2 Naturaleza, misión y visión

Para la comprensión de las sujetas de la investigación, es fundamental ver estos aspectos del pensamiento estratégico, aspectos que de alguna forma están arraigados en las personas que participan dentro de la organización:

- Naturaleza

Según lo contenido en el plan estratégico, "CONAVIGUA es una organización integrada por mujeres, en su mayoría viudas, de origen maya, víctimas de violencia, de la discriminación y de la pobreza, reconocida como asociación de carácter privado, no lucrativo, no religioso, no participante en política partidista, de asistencia técnica, cultural, educativa, económica, social, mutualista, que se propone promover y velar por el desarrollo de las mujeres, de l@s jóvenes y de la población en general" (Planeación Estratégica Participativa para la Acción 2001, p.38).

- Misión

Siguiendo con lo expresado en el plan estratégico CONAVIGUA, "Trabaja con lealtad y convicción con mujeres viudas, casadas solteras en distintas comunidades lingüísticas del pueblo maya; con l@s jóvenes y niñ@s, brindándoles servicios de orientación, capacitación, asesoría y acompañamiento para la organización, promoción y defensa de sus derechos específicos, la defensa y promoción de los Derechos Humanos, la desmilitarización, el impulso y desarrollo de la participación ciudadana y política" (Planeación Estratégica Participativa para la Acción 2001, p. 39).

- Visión

Y por último, la visión definida para el 2005 se visualiza a CONAVIGUA como "una organización con calidad organizativa y capacidad de liderazgo, que atienda y defienda con eficiencia el respeto a los Derechos Humanos, Derechos de la Mujer, de las mujeres viudas, las y los jóvenes, niñas y niños y de las comunidades indígenas. Una organización activa y propositiva, con incidencia en importantes espacios de participación política y ciudadana, que contribuye a la construcción de la paz y el desarrollo integral. Trabajar por la Justicia, la igualdad y la democracia real en nuestro país, con presencia nacional e internacional" (Planeación Estratégica Participativa para la Acción 2001, p. 39).

## **CAPÍTULO IV**

---

- 4. El Líder y/o Lideranza y el Liderazgo
  - 4.1 Definición
  - 4.2 Características del líder y liderazgo
  - 4.3 Estilos de liderazgo
  - 4.4 Tipos de líderes y/o lideranzas
  - 4.5 Funciones del líder y/o liderazgo

### 4. El líder y/o lidereza y el liderazgo

#### 4.1 Definición

Según Jean-Luis Bergeron (1983), todas las teorías y métodos permiten concluir que la noción de "influencia" debe ser un elemento esencial de toda definición de Liderazgo, sin embargo hay que tomar en cuenta que no solo se debe limitar a resumir al liderazgo a la influencia por sí sola, existen más elementos en los cuales se puede definir el liderazgo.

En este caso, los elementos necesarios para la construcción de la definición del Liderazgo, según la percepción y experiencia de las interlocutoras, han hecho seleccionar el enfoque ofrecido por la Asociación Política de Mujeres -Moloj-, el cual plantea al liderazgo como "*la capacidad que tiene una persona de dirigir, acompañar, orientar y guiar a un grupo para el logro de objetivos comunes.*" (Moloj 2001, p.5)

#### 4.2 Características del líder y lidereza

Las características planteadas por las interlocutoras, manejan una estrecha relación con la teoría planteada por Bergeron (1983), el cual describe las siguientes características que debe ejercer un líder o lidereza:

- Que la influencia ejercida por el líder o lidereza ayude a convencer y orientar.
- Que la influencia sea ejercitada por medio de la comunicación interpersonal entre el líder y/o lidereza y el grupo.
- Que ayude al grupo a definir objetivos y alcanzarlos
- Que fomente en el grupo el deseo de superación y esfuerzo suplementario que cierta influencia ejercida por un líder y/o lidereza puede inspirar.

También se puede complementar el planteamiento de Bergeron, con las características o cualidades definidas en los contenidos explicados dentro del documento de facilitación proporcionado por Elsa Donis (2004) facilitadora del taller sobre el tema "El Liderazgo":

- Comunicador (a)
- Saber escuchar
- Solidaria (o)
- Luchadora (o)
- Claridad de los objetivos
- Criterio propio
- Capacidad en la toma de decisiones

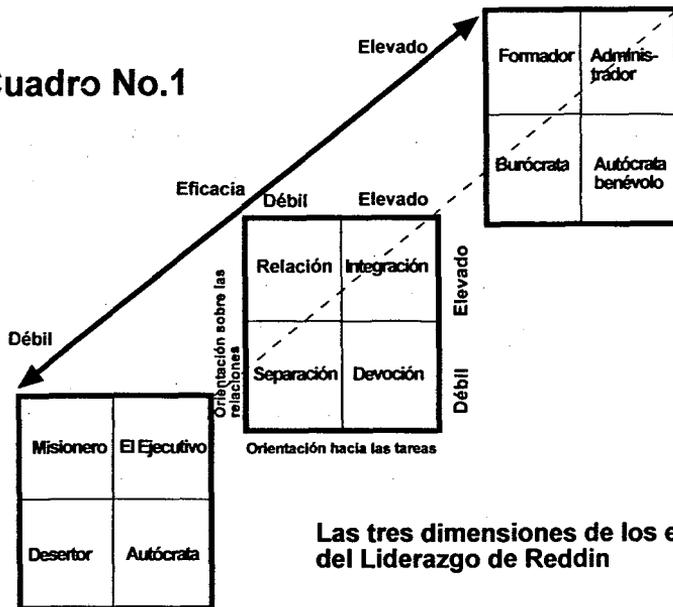
### **4.3 Estilos de liderazgo**

Existen diversas teorías sobre las clasificaciones o estilos del Liderazgo. Para Bergeron (1983), la mayoría de estas teorías concuerdan en que existen dos dimensiones o categorías sobre los comportamientos de los líderes: "Orientación hacia el individuo" y "Orientación hacia la tarea".

Algunos autores como McGregor y Likert; se orientan a los liderazgos centrados en el individuo. Otros como Blake y Mouton, consideran que un buen líder debe encontrar el medio entre las dos dimensiones.

Una de las teorías más populares son los estilos de liderazgo investigados por Reddin de la Universidad de New Brunswick explicada por Bergeron (1983), teoría en la cual se expone que al combinar las dimensiones de orientación al individuo y orientación hacia la tarea surgen tres dimensiones de estilos diferentes. Estas dimensiones tienen como parámetro la dimensión de la Eficacia, la cual define cuatro estilos básicos que son: "la separación", es decir el estilo débil sobre las dos dimensiones del comportamiento (orientación hacia el individuo y hacia la tarea), porque este estilo de liderazgo se refugia a menudo en las reglas, los procedimientos, los precedentes, etc. "La relación", palabra en la cual se designa evidentemente un estilo orientado al individuo mientras que el término "devoción" se aplica al líder que se preocupa más que todo por la tarea y los resultados. El término "integrador" se utiliza para denominar el estilo que combina las dos dimensiones en un grado elevado. (Ver cuadro No.1)

## Cuadro No.1



Las tres dimensiones de los estilos del Liderazgo de Reddin

Por tanto al determinar el grado de cada estilo básico, ya sea de debilidad o de elevación se obtiene:

Dentro del grado de "débil" se encuentran:

- **El Ejecutivo:** es el que considera que su trabajo consiste en maximizar el esfuerzo de los demás, fija altos objetivos pero reconoce que a causa de la existencia de personas con características diferentes deberá tratar a cada uno ligeramente distinto. Cumple con sus tareas y nace desde el estilo básico "de la integración"
- **El Desertor:** no tiene interés alguno en el trabajo, tampoco en la gente, es pesimista. Produce ineficiencia colectiva porque retiene información útil a otros (as). Muestra frustración y prefiere el anonimato. Su raíz está en el estilo básico de la "separación".
- **El Misionero:** trata de ser buena persona. Evita todo conflicto, está convencido que la gente feliz produce más. Maneja su grupo como un club social, siempre buscando soluciones para hacer las cosas más fáciles para él y el grupo. No resuelve ningún problema, ni le gustan las crisis. Acepta sugerencias pero cree que lo que hace es lo correcto. Surge a través del estilo de la "relación".
- **El Autócrata:** el trabajo es su única prioridad. No confía en la gente y usa la motivación negativa. Se queja de la falta de colaboración sin darse cuenta que eso se debe al producto de su actitud. Su parámetro está en el estilo de la "devoción".

Dentro del grado elevado se encuentran:

- **El Formador:** posee una gran fe en la gente, es eficiente porque logra motivar a su grupo, su preocupación constante es la de desarrollar el talento de su grupo y crea una atmósfera agradable para realizar un buen trabajo. Es el grado elevado del estilo básico de la “relación”.
- **El Burócrata:** es más eficiente que el autócrata benevolente porque sigue todas las reglas y procedimientos. No le interesa el trabajo ni la gente más bien se centra en él y su supuesta “eficiencia”, a pesar de ello produce pocas ideas. Su parámetro es el estilo básico de la “separación”.
- **El Administrador:** reconoce la ventaja de estar preocupado tanto del personal como del problema. Su ambivalencia y su afán de componer hasta el último detalle son sus puntos débiles. Se ubica dentro del estilo básico “la integración”.
- **El Autócrata benevolente :** es una persona ambiciosa que conoce bien los métodos y las reglas del grupo o de la organización , conoce muy bien su trabajo y logra realizarlo. Su debilidad es que no profundiza con la gente y no sabe cómo obtener de ellos el mejor rendimiento. Su parámetro se encuentra en el estilo básico de la “devoción”.

Para los contenidos teóricos utilizados en el material alterno, la síntesis de esta teoría de Reddin sobre los tipos de líderes y lideranzas según su ubicación en los cuatro estilos básicos de liderazgo puede relacionarse con la clasificación de los líderes y lideranzas mencionada por Elsa Donis (2004) durante la facilitación del taller sobre el liderazgo:

#### **4.4 Tipos de líderes y lideranzas**

Líder y/o lideranza Autoritaria

*“Se le denomina así, al líder que toma todas las decisiones y decide aportar la mayor parte de las ideas.” (Donis: 2004).* Su equivalente puede ser el líder autócrata encontrado dentro del estilo básico de la devoción en la teoría de Reddin.

Líder y/o lideranza Pasiva

*“Este líder o lideranza toma una actitud benévola y deja hacer a los demás lo que deseen” (Donis:2004).* Al comparar al líder pasivo con el líder desertor dentro de la teoría de Reddin, ubicamos al líder pasivo bajo el estilo básico de la separación.

## Líder y/o lidereza Democrática o Participativa

“Es el que encausa las ideas del grupo haciendo que éste tome las decisiones en conjunto.” Por las características de este de líder y/o lidereza se encuentra el estilo básico de la relación y en un plano secundario se encuentra implícito el estilo básico de la integración planteado por Reddin.

### 4.5 Funciones del líder y/o la lidereza

Dentro de los contenidos expuestos dentro del taller sobre “El Liderazgo”, se cito la clasificación realizada por Moloj para describir las funciones de un líder y/o lidereza, clasificación reconstruída y complementada para la asimilación de las interlocutoras, estableciendo los siguientes fundamentos:

#### *Función Orientadora*

Se le define así, a la función de guiar a un grupo al logro de sus objetivos, tomando en cuenta la participación del grupo en todas las etapas del proceso.

#### *Función Organizativa*

Se le denomina así a la función para lograr establecer el orden de las actividades y recursos material y humanos dentro del grupo.

#### *Función Administrativa*

En este apartado, se toma como función administrativa al cuidado de los recursos materiales y humanos que posea la lidereza para optimizar el rendimiento en las actividades que desempeñe.

#### *Función para la Movilización*

Se le denomina así, a la función que ejerce el líder o lideza para motivar a los individuos del grupo a participar de forma activa en las actividades planificadas por los lideres y liderezas.

Por último, para lograr la eficacia en un líder, según Reddin citado por Bergeron (1983, p.280) expresa que la persona que ejerce el liderazgo debe dominar tres habilidades distintas:

- a) *“Saber analizar una situación dada para deducir qué estilo es necesario aplicar.*
- b) *Ser suficientemente flexible en sus comportamientos para poder adoptar el estilo que conviene en cada situación dada.*
- c) *Poder cambiar la situación si es necesario.”*

De lo anterior, se debe aclarar, que los autores no concluyen en la existencia de un único estilo capaz de alcanzar a la eficacia total, ya que no hay un estilo perfecto, más bien aunque el estilo básico (ya sea de separación, integración, devoción y relación) le pertenezca a una persona, esta debe ser lo suficientemente capaz de saber cuándo debe optar características de otro estilo según la situación así lo dictamine. (Bergeron 1983).

# **CAPÍTULO V**

---

## **5. La propuesta de metodología para la realización de la comunicación popular**

**5.1 La pre-alimentación**

**5.2 La planificación de la estrategia**

**5.3 La producción**

**5.4 La validación**

# CAPÍTULO V

## **5. La Propuesta de Metodología para la realización de la Comunicación Popular**

En el presente capítulo, se toma como base la teoría sobre el modelo presentado por Mario Kaplún sobre la comunicación popular, para su debida transformación a la práctica comunicacional. Esta propuesta metodológica está realizada, de manera que, la teoría a aplicarse se complemente con otros elementos que ayuden a atender las necesidades de la organización y la población. Por tanto, los pasos para ejecutar la metodología formulada son:

### **5.1 La pre-alimentación**

En este caso, se planificaron dos actividades para la observación y la recolección de información para elaborar los contenidos del medio:

- *Los grupos focales por medio de las entrevistas grupales:* para esta técnica se elabora una guía de temáticas con preguntas bases, que pueden variar según el curso de la entrevista. También, en algunos temas de esta guía se desarrollaron otras técnicas participativas con el fin de obtener, en la medida de lo posible, toda la información acerca de la experiencia sobre el tema "El Liderazgo" y la realidad de este tema en sus prácticas de vida.
- *La observación del desarrollo de los talleres sobre "Liderazgo":* en este caso, se tuvo la oportunidad de observar a la población, en el transcurso varios talleres sobre el tema "El Liderazgo" impartidos por la facilitadora a cargo. En esta etapa, se recogio más información y se tomo en cuenta los resultados arrojados durante la observación a la hora de desarrollar los contenidos del folleto.

### **5.2 La planificación de la estrategia**

En esta fase se realiza el proceso de analizar y sintetizar los datos obtenidos en la pre-alimentación. Es conveniente aclarar, que esta etapa no se encuentra propiamente explicita en la teoría sobre comunicación popular expuesta por Mario Kaplún. Es decir, se plantea esta etapa como la propuesta elaborada en base a las recomendaciones de este autor y de otros autores en la materia de estrategias y la práctica realizada por la investigadora.

La palabra "estrategia", derivada del griego strategeia significa el arte o la ciencia para dirigir un asunto (Sonia De La Rosa 2000, p.10). Para la investigación, se maneja el concepto de estrategia como las acciones coordinadas necesarias para codificar "*un mensaje vivo, un mensaje que a la hora de decodificarlo se le asocie y relacione a hechos que van sucediendose... y confronte con hechos y situaciones de su propia experiencia de vida*" (Kaplún 1987, p.154).

La mayoría de los autores sobre teoría comunicacional, provenientes de diversas corrientes tales como Francisco Gutiérrez (1981) hasta Don Shultz (1983), concuerdan que la estrategia posee los siguiente elementos:

- Objetivos

En este apartado, se entiende por objetivo: aquello que se desea obtener de un mensaje, en otras palabras para qué se codifica determinado mensaje.

- Descripción del Público Objetivo

En este aspecto se recomienda incluir los datos geográficos, demográficos y psicográficos. Según lo considerado hasta ahora, es mejor narrar un día en la vida de un personaje que encierre los hechos reales de los destinatarios (as).

- Descripción de la Institución u organización que comunica el mensaje

- Definición de los contenidos

En este caso se debe reunir la información, analizarla y sintetizarla desde la percepción del destinatario para así codificarla. Además se deben considerar la forma de realizar el mensaje, es decir la técnica a utilizar para la decodificación activa. Según Kaplún, una de las formas que mejor se llega a los destinatarios (as) "es el relato como forma privilegiada de comunicación popular" (Kaplún 1987, p.175).

Lo anterior, significa planificar las actividades dentro de una comunicación abierta, es decir basarnos o condicionarnos a la percepción de la población a la cual van los mensajes y tener "la actitud" de comunicar a través de la empatía; la cual se define como la "actitud deliberada, voluntaria de hacer un esfuerzo consciente para ponernos en el lugar del interlocutor a fin de establecer una corriente de comunicación" (Kaplún 1987, p.124 ).

Para una mejor comprensión, referirse al Anexo 2 en cual se proporcionan detalladamente los pasos contenidos en la estrategia propuesta.

### 5.3 La producción

- Selección: se toma en cuenta que la sinopsis resultante de la definición de los contenidos, la cual arroja los temas principales y estos luego éstos se desglosan en capítulos.

- La combinación: aquí se define el principio y el final, en base a la historia que se realiza.

Se sugiere que el comunicador tenga en cuenta que el texto y el gráfico deben tener armonía, es decir, que la forma y el fondo del mensaje deben tener coherencia sin fomentar estereotipos que, muchas veces, tienden a surgir. También es importante tratar de no representar mensajes que puedan de alguna forma ridiculizar sus prácticas de vida.

#### **5.4 La validación**

En este apartado, el método para la participación de la población en su decodificación activa debe emplearse de tal modo que el comunicador no revele la base del mensaje. Es mejor que se proporcione el material a las destinatarias y después invitarlas a expresar sus opiniones al respecto. Esto sirve para aplicar las correcciones necesarias al material.

## **CAPÍTULO VI**

---

6. Resultados del proceso de aplicación de la propuesta metodológica para la elaboración de mensajes sobre el tema "El Liderazgo".

6.1 Perfil de las entrevistadas

6.2 Resultados de la etapa No.1: la pre-alimentación

6.2.1 Primera Fase

6.2.1.1 Código experiencial

6.2.1.2 Código ideológico

6.2.2 Segunda Fase

6.2.2.1 Código perceptivo

6.2.2.2 Código asociativo

6.3 Resultados de la etapa No.2: planificación de la estrategia en base de los resultados obtenidos en la pre-alimentación.

6.3.1 Los objetivos

6.3.2 Características de las destinatarias (os)

6.3.3 Descripción de la organización o grupo que desea comunicar.

6.3.4 Definición de contenidos

6.4 Resultados de la etapa No.3: la producción

6.4.1 La selección

6.4.2 La combinación

6.5 Resultados de la etapa No.4: la validación

### **6. Resultados del proceso de aplicación de la propuesta metodológica para la elaboración de mensajes sobre el tema "El Liderazgo".**

En el mes de mayo de 2004, se iniciaron conversaciones con la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala –CONAVIGUA-, sobre la elaboración de textos y diseño de folletos educativos con el fin de recapitular las experiencias adquiridas por las promotoras facilitadoras del área del departamento de El Quiché en su primer año de capacitación y formación. Este primer año fue realizado dentro un programa de talleres de diversas temáticas, diseñados para ayudar a fortalecer el conocimiento técnico de las promotoras. El tema seleccionado por las encargadas del Proyecto de Formación y Capacitación fue "El Liderazgo" por considerarlo como temática clave para el desarrollo de sus capacidades en sus labores.

Luego de aprobar CONAVIGUA la propuesta de la investigadora en torno a un estudio sobre el proceso en la descripción de los pasos para elaborar un documento popular, se procedió con los preparativos para iniciar las etapas de la elaboración de los contenidos del folleto como material de apoyo.

El inicio del proceso de la elaboración de los contenidos dentro de la comunicación popular, se comenzó durante la tercera y cuarta semana de Agosto de 2004, cuando se realizó la recopilación de los datos para realizar la primera etapa de la investigación para la elaboración del medio impreso alterno "el folleto".

Esta recopilación se produjo en dos fases:

En la primera fase se entrevistó a un grupo de 6 mujeres de promotoras afiliadas a la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala –CONAVIGUA-. Este grupo fue dividido en dos, según el idioma de las entrevistadas. El primero compuesto por las mayahablantes ixiles residentes en los municipios de Nebaj, San Juan Cotzal y Chajul. Y el segundo, por las representantes mayahablantes quichés residentes en los municipios de San Andrés Sajcabajá, Zacualpa y Santa Cruz del Quiché. Se utilizó la técnica de la entrevista grupal para captar los códigos experienciales e ideológicos de las promotoras.

En este apartado, cabe hacer la aclaración de que si bien se estructuró la guía temática para conocer los códigos experienciales e ideológicos, se debe considerar que el código perceptivo se encuentra implícito en la guía, puesto que este es el código en donde se aprecian las impresiones inmediatas de las entrevistadas sobre el tema, además de su vocabulario y forma de expresión de la población a estudiar.

En la segunda fase se recopiló la información para evidenciar los códigos perceptivos y asociativos de las promotoras, a través de la observación de tres dinámicas participativas realizadas dentro de un taller impartido sobre "El Liderazgo" apoyado por CONAVIGUA en el área de Chitatul, Santa Cruz del Quiché, departamento de El Quiché. Al igual que la aclaración anterior, se debe considerar que los códigos ideológicos están presentes a lo largo de las actividades realizadas en el taller.

Para las entrevistas, hubo apoyo de dos traductoras. Las traductoras formaban parte del grupo de las entrevistadas y son, de alguna manera, las coordinadoras o lideresas de cada grupo. Dichas traductoras eran las encargadas de traducir cuando no había una comprensión clara de lo que se interrogaba a las entrevistadas que poco hablan el español, y por tanto, ellas eran las que expresaban las opiniones e ideas que las entrevistadas respondían. Las traductoras en cuestión, manejaron un nivel del idioma español comprensible, pero a pesar de ello todavía había ciertas deficiencias para una comunicación óptima.

## 6.1 Perfil de las entrevistadas

Antes de describir y analizar cada etapa de la elaboración de los contenidos sobre el tema "El Liderazgo", se hará una síntesis sobre las características de las entrevistadas.

El grupo de las mayahablantes ixiles reside en los municipios de Nebaj, San Juan Cotzal y Chajul. Las tres entrevistadas están entre el rango de los 30 a los 40 años de edad. Dos de las entrevistadas son viudas pero poseen un compañero en la actualidad, la otra es madre soltera. La actividad principal de las tres entrevistadas ixiles para generar ingresos a sus hogares es el trabajo de promotoras capacitadoras, empleo en el cual ganan Q800.00 mensuales. La responsabilidad económica es compartida con la pareja de las entrevistadas de Nebaj y Chajul. Para la entrevistada de San Juan Cotzal no existe alguien que la apoye en ese sentido.

Las tres han laborado como cortadoras de café, basurado en la caña, y como molenderas y/o cocineras para los jornaleros que cortan café y caña. Dos entrevistadas todavía lo hacen cuando es temporada. La entrevistada de Nebaj tiene 6 hijos en total: 3 hijos de 22, 20 y 16 años y 3 hijas de 28, 25, 14 años y dos hijos fallecidos. La entrevistada de San Juan Cotzal tiene 1 hijo de 15 años y la entrevistada de Chajul tiene 4 hijos: 2 hombres de 12, 6 y 2 años y 2 mujeres de 17, 12 años. Ninguna de las tres entrevistadas tuvo oportunidad de asistir a un centro escolar y sólo la representante de San Juan Cotzal sabe leer y escribir un poco. La representante de Nebaj practica la cultura maya o religión maya, la entrevistada de San Juan Cotzal la religión católica y la representante de Chajul la religión evangélica.

Por su parte, las 3 integrantes del grupo de entrevistadas quichés, residen en los municipios de San Andrés Sajcabajá, Santa Cruz del Quiché y Zacualpa. Dos de las entrevistadas están dentro del rango de 40 a los 60 años de edad y la otra está alrededor de los 22 años de edad. Dos de las entrevistadas son viudas solteras y la otra es soltera. Sus ingresos promedios son de Q1,000.00. La mayoría del ingreso anterior, lo obtienen gracias a su remuneración base por su trabajo como promotoras, el cual consta de Q800.00. Sumado a esto, algunos ingresos menores producto de su labor manufacturera como lo es la elaboración de trenzas para sombreros, sopladores y el tejido de güipiles. La responsabilidad económica es compartida en los tres casos por miembros de la familia que viven en sus casas.

Al igual que el grupo de las mayahablantes ixiles, las mujeres quichés han realizado trabajos como el corte de café. Por otro lado, la representante de San Andrés tiene 4 hijos: 2 mujeres de 25, 20 años y 2 varones cuya edad no se recordó. Por su parte, la representante de Santa Cruz del Quiché no tiene hijos e hijas y la representante de Zacualpa tiene 6 hijos 2 hombres de 35 y 19 años y 4 mujeres de 30,25,20 años y una hija fallecida.

Las representantes de Santa Cruz del Quiché y Zacualpa practican la religión maya mientras que la representante de San Andrés asiste a la iglesia católica.

## **6.2 Etapa No.1: la pre-alimentación**

### **6.2.1 Primera Fase: resultados de la entrevista para conocer el código experiencial.**

#### **6.2.1.1 Código Experiencial**

La experiencia sobre el tema de las destinatarias se puede resumir en dos grandes dimensiones:

A) La experiencia de percibir el liderazgo a través de su práctica inmediata por el labor organizativa que realizan: el trabajo como promotoras facilitadoras, relacionando al líder, en este caso, el reconocimiento de sí mismas como líderes.

B) La segunda dimensión se refiere a las observaciones de las interlocutoras sobre lo acontecido fuera de la organización y que le afecta en cierta medida a CONAVIGUA.

Esto está evidenciado en los siguientes apartados elaborados dentro de la entrevista para conocer el código experiencial:

- *Liderazgo dentro del hogar*

Por la similitud de las respuestas en este apartado, se sintetizó la información mezclando los dos grupos de entrevistadas sin hacer distinción alguna sobre su región o idioma.

Se observó que cuatro de seis, las destinatarias comparten la jefatura del hogar con algún otro miembro de la familia, ya sea con la pareja y mamá. En uno de esos cuatro casos, son los papás los jefes del hogar. Las otras dos entrevistadas restantes consideran que ellas solas son las que toman las decisiones y manejan su hogar. Esto en similar forma se da con la responsabilidad económica, a la cual sólo una entrevistada es la que siente que lleva toda la carga económica en su casa. Las otras 5 comparten la responsabilidad con su pareja, hijos e hijas y una comparte con la madre y el hermano.

Lo anterior, refleja que esta responsabilidad compartida, ya sea con su pareja, hijos e hijas, o padres y hermanos dentro del hogar, se debe a la realidad económica que existe en las poblaciones de áreas rurales, las cuales se encuentran en condiciones de extrema pobreza. Lo anterior se expresa con claridad en las propias palabras de las destinatarias: "si solo él o ellos trabajaran no alcanza el dinero". Esta situación ha contribuido para que las mujeres se integren al campo productivo. Otra característica especial para la inserción en el campo productivo de la población fue la situación de viudez sufrida en tiempo del conflicto armado interno, que forzó a la necesidad de ser responsables por el mantenimiento del hogar.

Por otro lado, las seis entrevistadas siguen reforzando la idea del rol de la mujer como encargada natural y social de las tareas domésticas del hogar. Lo anterior es confirmado por las seis entrevistadas al pedirles una descripción de las actividades cotidianas que realizan dentro del hogar. Las seis coincidieron y en un orden casi exacto, que las mujeres debían encargarse de encender el fuego, hacer la masa, tortear, cocer, ir al molino, lavar trastes, dar de comer a los animales, barrer y lavar ropa. Estas actividades corroboran que la mujer adulta indígena rural, y en este caso, las mujeres promotoras de derechos humanos de la mujer, por su aprendizaje cultural y social son las responsables del trabajo "reproductivo dentro del hogar".

En relación al rol de los hombres, las seis entrevistadas expresaron que las tareas de los hombres, según lo observado, dentro de su casa o en la comunidad, eran las tareas externas a las del oficio doméstico como la siembra de maíz, frijol y el corte de leña.

- Liderazgo en la comunidad

Grupo Ixil:

El liderazgo manejado en la comunidad guarda relación cercana con los grupos más conocidos por las mismas entrevistadas. Para las 3 promotoras ixiles, los grupos que tienen mayor afluencia de personas son:

- *Organizaciones, asociaciones y/o instituciones:*
  - CONAVIGUA
  - Asociaciones regionales (Chajulense, Movimiento Desarraigado)
- *Grupos Políticos:*
  - Movimientos proselitistas del Alcaldes Municipales y Alcaldes Auxiliares
  - Grupos afiliados a partidos como Frente Republicano Guatemalteco
  - FRG- y Unidad Revolucionaria Nacional Guatemalteca -URNG-
  - Cómites no legalizados partidarios del FRG
- *Grupos Cívicos*
  - Cómites de escuelas
- *Grupos Religiosos*
  - Iglesias Católicas

## Grupo Quiché:

Por su parte las entrevistadas del área del Quiché, expresaron con mucha similitud que los grupos organizados donde percibían más concentración de la gente son:

- *Organizaciones, asociaciones, instituciones:*  
- CONAVIGUA
- *Grupos Políticos:*  
- En reuniones convocadas por alcaldes municipales y alcaldes auxiliares (FRG)  
- Grupos afiliados a partidos como FRG y URNG  
- Comités no legalizados partidarios del FRG
- *Grupos Cívicos:*  
- Comités pro-mejoramiento (luz, agua, carretera y/o caminos)  
- Comités de escuela
- *Grupos Religiosos:*  
- Iglesias Católicas

Las seis entrevistadas mencionaron otras organizaciones que conocen, como por ejemplo, las iglesias evangélicas, pero solo una de las entrevistadas reconoce que la iglesia evangélica posee mayor adeptos que la iglesia católica. En este caso, en particular, llamó la atención la relación establecida por el tamaño de la iglesia y la afluencia de la gente en las celebraciones y actividades como misas, matrimonios, etc. Es decir, que las destinatarias piensan que la iglesia católica posee más adeptos debido al "gran" tamaño de la infraestructura y a las concentraciones de poblaciones que se realizan en las celebraciones eucarísticas y fiestas patronales.

También las seis interlocutoras expresan que en sus comunidades existen comités pro-mejoramiento y que hay una mayor afluencia de mujeres en los comités encargados del mantenimiento y construcción de escuelas.

Dentro del ámbito de la organización como promotoras afiliadas a CONAVIGUA, la experiencia adquirida a través de la búsqueda de la coordinación de espacios para desarrollar el trabajo de la organización en materia de derechos humanos, han creado que su código experiencial se relacione directamente con las vivencias pasadas y presentes en el ámbito de las organizaciones políticas. Por ello, en la entrevista se demostró una evidente relación entre las dificultades que han pasado dentro de la organización y la búsqueda de espacios dentro de las comunidades al coordinar y mediar con grupos políticos.

Al tocar el tema de los líderes y lideresas que más reconocimiento poseen dentro de la comunidad de residencia, las seis entrevistadas mostraron que las autoridades políticas formales son las que poseen más representación en sus comunidades.

## Grupo Quiché:

Por su parte las entrevistadas del área del Quiché, expresaron con mucha similitud que los grupos organizados donde percibían más concentración de la gente son:

- *Organizaciones, asociaciones, instituciones:*
  - CONAVIGUA
  
- *Grupos Políticos:*
  - En reuniones convocadas por alcaldes municipales y alcaldes auxiliares (FRG)
  - Grupos afiliados a partidos como FRG y URNG
  - Comités no legalizados partidarios del FRG
  
- *Grupos Cívicos:*
  - Comités pro-mejoramiento (luz, agua, carretera y/o caminos)
  - Comités de escuela
  
- *Grupos Religiosos:*
  - Iglesias Católicas

Las seis entrevistadas mencionaron otras organizaciones que conocen, como por ejemplo, las iglesias evangélicas, pero solo una de las entrevistadas reconoce que la iglesia evangélica posee mayor adeptos que la iglesia católica. En este caso, en particular, llamó la atención la relación establecida por el tamaño de la iglesia y la afluencia de la gente en las celebraciones y actividades como misas, matrimonios, etc. Es decir, que las destinatarias piensan que la iglesia católica posee más adeptos debido al "gran" tamaño de la infraestructura y a las concentraciones de poblaciones que se realizan en la celebraciones eucarísticas y fiestas patronales.

También las seis interlocutoras expresan que en sus comunidades existen comités pro-mejoramiento y que hay una mayor afluencia de mujeres en los comités encargados del mantenimiento y construcción de escuelas.

Dentro del ámbito de la organización como promotoras afiliadas a CONAVIGUA, la experiencia adquirida a través de la búsqueda de la coordinación de espacios para desarrollar el trabajo de la organización en materia de derechos humanos, han creado que su código experiencial se relacione directamente con las vivencias pasadas y presentes en el ámbito de las organizaciones políticas. Por ello, en la entrevista se demostró una evidente relación entre las dificultades que han pasado dentro de la organización y la búsqueda de espacios dentro de las comunidades al coordinar y mediar con grupos políticos.

Al tocar el tema de los líderes y liderezas que más reconocimiento poseen dentro de la comunidad de residencia, las seis entrevistadas mostraron que las autoridades políticas formales son las que poseen más representación en sus comunidades.

Para las tres entrevistadas ixiles y dos entrevistadas quichés, los líderes más reconocidos por las comunidades fuera de las lideranzas de CONAVIGUA, son los Alcaldes Municipales, los Alcaldes Auxiliares y otras personas allegadas al partido de turno. Según lo indicado por las interlocutoras, las funciones realizadas de estos líderes políticos se pueden sintetizar en dos grandes actividades: propaganda proselitista y actos de manipulación y engaño sobre las necesidades de la población. Lo anterior se evidencia en ejemplos como:

### Actos Proselitistas

▪ *“En Nebaj el Alcalde está reuniendo a 500 mujeres, porque se está dando cuenta que mucha gente no lo quiere y les dijo a estas que lo ayudaran para que no lo sacaran de la alcaldía”*

▪ *“En mi municipio (San Juan Cotzal) hay un señor vecino mío, solo reúne a los vecinos que están con el FRG y les ofrece alimentación como incaparina y arroz. Lo peor es que con lo del resarcimiento, ya hizo una lista y les prometió que les van a dar algo de maíz, pero solo a los que estén con el FRG.”*

▪ De la misma forma responden dos de las entrevistadas del grupo Quiché, las cuales mencionan:

▪ *“Los FRG regalan cosas como incaparina y ofrecen pisto para los patrullos. Por el interés y la necesidad la gente sigue a una persona que ofrece unos centavos.”*

▪ *“Lo que hacen los FRG es ofrecer el pago de los patrullos, está regalando maíz, incaparina, frijol solo para sus afiliados.”*

Lo antes mencionado, no solo se limita a una cuestión de buscar y mantener adeptos para este partido. Según cinco de las seis entrevistadas, han tenido experiencias en las cuales su trabajo se ve obstruido por los Alcaldes Municipales, al limitarles su participación en espacios políticos sociales importantes como, por ejemplo, los Consejos de Desarrollo Comunitario:

▪ *“el Alcalde que está ahora en la municipalidad del FRG, no toma en cuenta a la organización y para el COCODE (Consejo Comunitario de Desarrollo) las personas conformaron directivas en una aldea rechazaron a las compañeras de CONAVIGUA. Y como se tiene que formar el COCODE, el Alcalde está mandando su comisión con su gente a esa aldea, en donde están las compañeras de CONAVIGUA.” (Grupo Ixil)*

En el anterior enunciado, se hace notar el descontento de las entrevistadas hacia organizaciones integradas por partidarios del FRG. La razón se puede evidenciar en la separación de este partido con el trabajo que realizan las entrevistadas, ya que según las interlocutoras *“no se toma en cuenta a CONAVIGUA...los del partido del FRG dicen que las mujeres indígenas organizadas no tenemos derecho, que no sabemos nada y no les gusta nuestra cultura maya” (Grupo Quiché).*

Se puede determinar que las actividades que conllevan ofrecimientos y regalos de alimentos y dinero por parte de las autoridades locales y otros partidarios a estas autoridades, son en suma actos de proselitismo complementados por el ejercicio de crear "desprestigio" contra las organizaciones (en este caso CONAVIGUA) que no son partidarias de sus objetivos políticos partidistas.

### Actos Extorsionistas

Según el grupo de las entrevistadas ixiles, el engaño y la manipulación hacia la población indígena rural es una de las actividades más efectivas para mantener a la población bajo el régimen del partido. Las tres entrevistadas afirmaron que:

▪ *"Como los del FRG están en cada cantón, porque allá en mi pueblo, por ejemplo, cada cantón tiene su representante de ese partido, y este reúne a la gente, dicen que es comité, pero no está legalizado. Sacan listado por cantón en cantón. Y por eso tiene más gente porque los manipula, ofrece cosas".(Grupo Ixil)*

De la misma manera, dos de las entrevistadas del área Quiché mencionan:

▪ *"Allá en Zacualpa, la gente ve que los del FRG son líderes porque les dicen que por medio del resarcimiento que están ofreciendo dinero para sus casas que se quemaron en el tiempo de la violencia y van a sacar listas y cobran de Q5.00 a Q10.00 por estar en la lista y lo hacen por lo del resarcimiento."(Grupo Quiché)*

En esta función en especial, se ve una situación coyuntural en el país: el tema del resarcimiento hacia las víctimas del conflicto armado interno. Por lo observado y percibido por la población, las expresiones anteriores connotan la suposición que a CONAVIGUA puede causarle problemas que estos actos propagandísticos y de manipulación por parte de miembros de organizaciones políticas se mantengan y refuercen, ya que una de sus lideresas con mayor representación en CONAVIGUA preside la Comisión Nacional de Resarcimiento. Lo anterior es un aspecto que las entrevistadas tratan de aclarar ya que ellas hacen ver que la gente va creando expectativas que las autoridades en turno u otras personas son las responsables de velar por el cumplimiento del resarcimiento, idea que las entrevistadas indican que es falsa.

Por otro lado, la técnica de "sacar listados" ejemplificada por las entrevistadas de las áreas Quichés e Ixiles, resulta ser una empresa exitosa no sólo para los partidos políticos sino para otras organizaciones que utilizan la misma mecánica.

▪ *"hay personas que ofrecen cualquier cosa. Por ejemplo hay una señora que ofrece techo mínimo, la gente por eso la sigue por la necesidad, pero no es cierto, pues hace cinco años se empezó con esa organización. Primero se empezó varios proyectos: reunió a 200 personas pero no para dar charlas y capacitaciones sino para aprovecharse de la gente por que les cobra algo de dinero por lo del techo mínimo. Ella nunca ha cumplido pues nunca hemos visto el techo mínimo, según*

ella que dentro de 15 días viene, así hace 6 meses. También ofreció viviendas y al parecer la gente le dio Q.250.00 cada una pero ahí está que nunca han visto nada. Y con el tema del resarcimiento es peor, porque hasta la radio fue anunciar que ya se les va pagar, que ella habló con Rosalina y que vio cuando le dieron el dinero. Esta señora es muy mentirosa y creo que la gente ya se dio cuenta, pues ya no le llega mucha gente a las reuniones.” (Grupo Ixil)

La razón de la popularidad de la práctica de sacar listados, puede presentarse gracias a la situación de extrema pobreza en la que vive la población indígena rural, la cual acude a las reuniones que convocan las autoridades formales y otras personas con intereses personales. Los pobladores asisten con la esperanza de ser beneficiarios de algún proyecto que mejore su calidad de vida y a pesar, de que no es un mecanismo novedoso, continúan asistiendo “porque piensa que esta vez si se hará realidad las promesas que ofrecen, además deben ir porque ya dieron su dinero” (Grupo Ixil).

Para concluir con el tema sobre las funciones de los líderes y liderezas fuera de la organización, las entrevistadas mostraron su preocupación por las consecuencias de los actos proselitistas y manipuladores de los partidos políticos. Tal como explica la representante de Zacualpa: “lo que quiero en una directiva es que las miembras no pierdan a las personas. Que convenzan a las otras personas que se fueron con otras organizaciones que solo los engañan, de que vuelvan a la organización.”

En el caso del tema sobre de las funciones ejercidas por las liderezas de CONAVIGUA, las interlocutoras mostraron que ellas como liderezas poseen dos grandes funciones: la primera es la función de orientar a las comunidades al logro de su desarrollo humano a través de las capacitaciones que realizan las promotoras. Esta función queda ejemplificada en las palabras de la entrevistada de San Juan Cotzal al mencionar que:

“En CONAVIGUA, la función de nosotras es ir a capacitar, dar charlas, ir a compartir con las demás los temas que a nosotras nos dan aquí en Chitatul.”

La segunda se refiere a la actividad de buscar la coordinación con otras entidades públicas y privadas para el logro de proyectos de pro-mejoramiento. Tal como lo dijiera la entrevistada de San Juan Cotzal:

“en el caso de CONAVIGUA, la gente sigue con ella porque les gusta las ideas sobre varios temas, también tenemos un comité de mujeres que ya tenemos años, es cierto que CONAVIGUA no da el proyecto, pero coordina y busca cómo hacer un proyecto. Por ejemplo, hay un proyecto en Cotzal que se llama proyecto Ixil, una señora de CONAVIGUA hizo una solicitud para tejas en vez de láminas y se han logrado que 10 mujeres tengan ya sus tejas. También ha logrado un proyecto para dar planchas para cocinar, lavaderos, alimentos para repartir como maíz, frijol y aceite. Hay un vivero donde hay papa, coliflor, brócoli y zanahoria. Así, los miembros y miembras de CONAVIGUA buscan sacar proyectos en otras instituciones, aunque no sepan leer y escribir pero piden favores para hacer las solicitudes. Coordinamos sobre todo con los comités para lograr los proyectos.” (Grupo Ixil)

Cabe mencionar, que dentro de la actividad de orientación, se encuentra la actividad de acompañamiento. Según la entrevistada de Nebaj, en esta actividad la promotora acompaña a un grupo mujeres a diferentes instancias públicas y privadas para buscar soluciones a diversos problemas:

*“el trabajo en CONAVIGUA cuando hay un problema más importante y serio, coordinamos con las compañeras en las aldeas, si no lo es nos quedamos en una persona nada más. Así como yo, yo soy de la directiva municipal de Nebaj, y las compañeras vienen de las aldeas, yo las apoyo a ellas en sus problemas, así como acompañarlas con los jueces de paz, de familia. Un problema más serio lo comunicamos con las demás personas.”*



**Ilustración No.1 Etapa de pre-alimentación, entrevista grupo de interlocutoras quichés e ixiles.**

- Liderazgo dentro de la organización

Las seis entrevistadas coincidieron en que las cualidades y/o características necesarias para ser representantes locales y municipales son:

- Tener tiempo para ir a compartir las ideas (capacitaciones) que ellas reciben de la organización.
- Que continúen el trabajo de llevar y compartir ideas, de seguir el trabajo (ser multiplicadoras de los objetivos de la organización y de la población).
- Tener voluntad para hacerlo, es decir, que la persona haga el trabajo por vocación y no por pretensión de un salario.
- Que a la gente le tenga confianza la persona.
- Que sea una persona participativa, activa.
- Que no tenga vergüenza para hablar ante cualquier público.
- Que la persona ayude a crear más grupos, especialmente como las directivas municipales, para cubrir todo el trabajo que ellas hacen.

Las seis entrevistadas hacen incapié en la característica "que siga el trabajo" refiriéndose a la función de la promotora de mantener la lucha por no regresar a los hechos históricos violentos que acontecieron en la década de los ochenta en nuestro país. Esta lucha, las entrevistadas expresan que se realiza mediante la promoción y defensa de los derechos humanos, en especial, las leyes que amparan la protección y desarrollo de los pueblos indígenas.

En cuanto a las razones y/o motivaciones de las miembras de CONAVIGUA que votan para escoger representantes, las seis entrevistadas indicaron que las demás miembras de la organización, poseen la misma percepción de ellas acerca de las características necesarias para ser representantes locales o municipales. Además de las características antes enunciadas, se induce que las demás miembras de la organización (en especial aquellas que integran la Junta Directiva Nacional), perciben a las entrevistadas como lideresas porque no sólo ven en ellas su vocación para la lucha de los derechos humanos sino también detectan la respuesta de afecto y agradecimiento de las poblaciones donde capacitan. Este agradecimiento es una forma de expresión de las demás miembras residentes en las poblaciones ixiles y quichés, las cuales hacen evidente una emoción profunda ante la oportunidad de brindarles en los talleres y las capacitaciones, un espacio para que estas mujeres puedan expresarse, opinar y ser escuchadas.

Por otro lado, las seis entrevistadas mostraron que para optar a cargos de mayor responsabilidad como lo es, en este caso, la Junta Directiva Nacional -JDN- de CONAVIGUA, además de las cualidades enlistadas con anterioridad, se suman tres características:

- Saber leer y escribir.
- Hablar mejor el español.
- Tener buen modo, ser buena gente.

Para cerrar, estas características pueden influenciar en mayor medida las decisiones de las afiliadas a la hora de escoger, lo que ellas mismas consideran, a las lideresas mayores. Se hace mención de lo anterior, puesto que las miembras de la JDN de CONAVIGUA por su responsabilidad de manejar información hacia todas las instancias de CONAVIGUA, la organización requiere que la persona pueda recopilar dicha información a través de la escritura.

También debe tomarse en consideración que la imagen de CONAVIGUA se percibe como una organización protagonista en la historia política y social del país, por lo que, constantemente debe mantener una buena relación con organizaciones políticas, agencias donadoras de diversos países y medios de información, de manera que por las funciones requeridas, el manejo fluido del idioma español se convierte en una herramienta indispensable.

## 6.2.1.2 Código Ideológico

El código ideológico de las entrevistadas se encuentra condicionado por la visión y misión de la organización, misma visión y misión que se fue formando por su código experiencial, es decir, por sus experiencias histórico políticas y sociales.

Durante las entrevistas, las tres promotoras ixiles como las tres promotoras quichés, manifestaron opiniones favorables acerca del trabajo que realizan en CONAVIGUA. Como se explicó con anterioridad, las 6 entrevistadas hacen énfasis en las motivaciones que ellas reciben de las poblaciones en las cuales trabajan, motivaciones que son expresadas vivamente a través del agradecimiento y afecto de las comunidades.

Fuera del ámbito organizacional de CONAVIGUA, las destinatarias expresaron su desacuerdo con las autoridades políticas de sus municipios, cinco de las seis entrevistadas no están de acuerdo con las formas que manejan las alcaldías sus representantes, así como lo indica la representante de San Juan Cotzal "que no han visto nada de lo que se prometió". La única entrevistada, en estar de acuerdo con sus autoridades, fue la entrevistada de Santa Cruz, la cual expresó que en su comunidad ella veía obras realizadas por el Alcalde municipal y el Alcalde auxiliar.

En este punto, cabe ahondar al respecto. En el párrafo anterior, se puede evidenciar dos formas de pensar con respecto a la construcción de imágenes favorables para los líderes y liderezas comunitarias. En el caso de la entrevistada de Santa Cruz del Quiché, ella ve positiva la función del Alcalde gracias a que percibe su trabajo a través de sus proyectos como construcción de escuelas, pavimentación, etc. Caso contrario, la entrevistada de San Juan Cotzal cuestiona la labor de las autoridades formales porque no percibe un beneficio concreto, visible en la comunidad donde reside. De lo anterior, se podría suponer, que si en los otros municipios de las otras entrevistadas sucediera la misma situación que la interlocutora de Santa Cruz, todas las entrevistadas tendrían una imagen favorable del partido en cuestión, tal vez sin profundizar demasiado en los objetivos políticos que persigue este partido al ejecutar proyectos visibles a las residencias de las interlocutoras.

Lo antes mencionado, puede determinar que las interlocutoras a través de su código experiencial en la formación del conocimiento de su realidad, han formado dos criterios para escoger líderes y liderezas según el trabajo que cada líder o lidereza realiza en diferente ámbito: el criterio para seleccionar liderezas dentro de la organización y el criterio para seleccionar líderes y liderezas dentro de la comunidad.

En el criterio para seleccionar líderes y liderezas dentro de la comunidad, puede encontrar sus raíces en lo expresado por las interlocutoras al mencionar que las personas en las comunidades buscan en las autoridades características o cualidades como el compromiso al cumplimiento de sus funciones. Este cumplimiento se ve reflejado en aspectos materiales, creando un actitud conformista en las poblaciones al solo percibir el beneficio inmediato.

Esta percepción tal vez se deba a la situación de pobreza que afrontan. Por tanto, no se le presta la atención debida al aspecto humano del desarrollo comunitario.

Caso contrario, sucede en el criterio de selección para las lideresas dentro de la organización, en la cual las interlocutoras no buscan a la candidata que mejores proyectos pro-mejoramiento esté dispuesta a coordinar o a cumplir, más bien buscan características enfocadas a determinar el aspecto humano ya que el trabajo fundamental de estas lideresas no solo se limita a coordinar actividades para proveer bienestar económico, material o como quiera llamarse, más bien es proveer un desarrollo integral en donde las necesidades básicas y las necesidades espirituales sean suplidas en sus comunidades.

A la larga esta división de criterios, puede no favorecer a la organización, ya que no se analiza el trasfondo de las intenciones de los líderes y lideresas que ejercen un poder formal dentro de la comunidad, como en este caso: los alcaldes, pues solo se percibe el beneficio inmediato reflejado en obras sociales, aspecto puramente material.

## **6.2.2 Segunda Fase: resultados de la primera técnica participativa en el taller para conocer el código perceptivo**

### **6.2.2.1 Código Perceptivo:**

La técnica para observar la percepción de las destinatarias se hizo a través de la dinámica del papelógrafo. Se les entregó un papelógrafo a cada una de las participantes. Estas llenaron sus papelógrafos según la posibilidad de expresión de cada una: las entrevistadas que podían escribir, escribieron y las que no, dibujaron.

Se obtuvo la siguiente información:

Grupo Ixil

Coordinadora:

- *"El tema del liderazgo es como nosotras las promotoras que compartimos los temas con las bases o los miembros de CONAVIGUA. El liderazgo está en el comité de mujeres que buscan proyectos para las que participan a las reuniones. Está en el padre de la iglesia católica que comparte con la gente la palabra de Dios. El Alcalde en los municipios que busca proyectos para su pueblo, el que hace eso es un buen alcalde pero el alcalde que solo apoya a su gente ahora si es de otro partido no la apoya nada. El director del instituto que coordina los trabajos de los maestros o maestras" (Grupo Ixil).*



**Ilustración No.3 Etapa de pre-alimentación, dinámica realizada por las representantes quichés conocer código perceptivo a través de dibujos.**

▪ **Resultados de la segunda dinámica para ahondar en el código perceptivo e ideológico.**

En la actividad del mural, la investigadora y la facilitadora proporcionaron a las mujeres de ambos grupos una prensa y un papelógrafo para que identificaran a los líderes y lideresas a nivel comunitario, nacional e internacional, encontrando los siguientes resultados:

Para el grupo Ixil, una de tres entrevistadas realizó la composición empleando más figuras femeninas que masculinas. La composición anterior, la realizó la representante de San Juan Cotzal, y cabe mencionar, que la única lideresa que reconoció fue a Rigoberta Menchú. Además agregó la fotografía de una mujer rubia y esbelta, considerándola líder internacional y cuyo nombre era desconocido para la entrevistada y la investigadora.

Las otras dos entrevistadas evidenciaron que los líderes recortados pertenecían a figuras de hombres cuyas características físicas fueron: figuras de hombres con tez morena clara y blanca en planos medios y primeros planos. Una de las posibles razones por las que seleccionaron a estas figuras puede considerarse la vestimenta visualizada en las figuras masculinas, ya que la mayoría seleccionó figuras de hombres vestidos con sacos y corbatas e identificados como líderes nacionales aunque desconocían de quiénes se trataban.

Para el grupo Quiché, dos de tres entrevistadas evidenciaron dentro de sus composiciones murales, la predominación de figuras de mujeres indígenas. En la única composición que predominó fue la imagen masculina representada en las imágenes de ministros, diputados, artistas de cine, músicos

y cantantes, fue la entrevistada de Santa Cruz del Quiché, quien los identificó como líderes no por su reconocimiento nacional o internacional, más bien era porque se trataba de personas cuya posición en la ilustración se encontraban saludando o posando para la cámara. El motivo anterior se refuerza en lo expresado en las propias palabras de la entrevistada de Santa Cruz: "coloqué a estas personas porque se están dirigiendo a un grupo". La única figura reconocida por la entrevistada fue la imagen del Presidente Oscar Berger. También colocó la imagen de Hugo Chávez, la cual reconoció gracias a que leyó en una parte del texto incluido en el recorte la palabra "presidente".

Por su parte, el resto de entrevistadas del grupo Quiché colocaron a personalidades políticas a nivel internacional como por ejemplo al presidente de Estados Unidos, y al igual que el ejemplo de la entrevistada de Santa Cruz, no supo distinguir de qué país eran, más bien los seleccionaron como líderes por sus poses y ademanes en la fotografía y por reconocer que en el fondo de la composición se ubicaba una bandera. Por último, en las cinco de las seis composiciones de recortes figuraban fotografías de deportistas, en su mayoría futbolistas, los cuales eran mostrados por las entrevistadas como líderes por su constante aparición en medios escritos, y no tanto por su posición frente a la cámara.

### **6.2.2.2 Códigos Asociativos**

#### **▪ Resultados de la tercera técnica participativa para el código asociativo**

Para la obtención del código asociativo, se optó por la dinámica de dibujos en secuencia para observar el orden y la conexión que las entrevistadas establecen sobre el tema. Para esto cada una de las interlocutoras dibujó su rutina como lideresas:

Como resultado del ejercicio anterior, se observa que las 6 entrevistadas coinciden con su forma de conectar su realidad, aún viviendo en diferentes regiones. Se aprecia que las entrevistadas ordenaron su rutina en dos partes: en la primera parte se visualizó que dentro de las primeras actividades que realizan en la mañana son las relacionadas con el trabajo doméstico, especialmente con la actividad de cocinar. Luego se ven más tareas domésticas como lavar trastes, barrer y lavar la ropa. En la segunda parte de su rutina se conectan con la otra actividad importante del día, su trabajo de promotora facilitadora, en la cual se visualizan los trayectos que deben recorrer para llegar a las aldeas, cantones, etc.

### **6.3 Etapa No.2: Planificación de la estrategia en base a los resultados obtenidos en la prealimentación**

Luego en la primera semana de septiembre 2004, se inició la planificación para elaborar los contenidos del folleto. Esto se realizó empleando una estrategia elaborada a partir de los fundamentos teóricos de Mario Kaplún

Resto del grupo:

El resto de las entrevistadas ixiles utilizaron la técnica del dibujo. En sus ilustraciones se puede interpretar con claridad la relación directa que establecen las entrevistadas sobre el liderazgo y el trabajo que desempeñan como promotoras y facilitadoras en CONAVIGUA.

Al establecer la anterior relación, las entrevistadas demuestran que ellas poseen conciencia acerca del rol que tienen como lideresas, porque trabajan "compartiendo ideas" con otras mujeres. En otras palabras, ellas conocen su responsabilidad laboral a la hora de facilitar los temas e ir a las comunidades a compartir su experiencia. Además reconocen que son lideresas porque trabajan con grupos de mujeres. En sus dibujos, por ejemplo, la compañera de Nebaj, ilustra a la promotora en el centro del papelógrafo y la figura de la promotora es graficada a gran tamaño y a color en comparación a las demás figuras de personas, las cuales se han distribuido siguiendo el orden de los surcos de las milpas.

En el caso de la compañera de Chajul, ella dibujó tres filas de cuatro mujeres cada fila. En la primera fila, se hace notar que en medio de las otras tres figuras de mujeres sobresale la figura de una mujer cuya función es "la promotora".



**Ilustración No.2. Etapa de pre-alimentación, dinámica realizada por las representantes ixiles para conocer código perceptivo a través de dibujos.**

## Grupo Quiché

### Coordinadora

▪ *“Yo pienso que el liderazgo es como las directivas de (CONAVIGUA) que comparten la idea con las mujeres. El liderazgo lo veo, por ejemplo, en los alcaldes que tienen que dar ayuda con las comunidades o están dando proyectos en sus municipios. También lo veo en un grupo de comités que están trabajando con sus comunidades porque ellos se van a buscar las ayudas para sus trabajos. En el gobierno también porque es el que da el dinero para los guatemaltecos en los departamentos” (Grupo Quiché).*

### Resto del Grupo

Con las entrevistadas del área hablante quiché se aprecia la continuidad del pensamiento del trabajo que ellas desempeñan en CONAVIGUA, también el pensamiento que la organización y ellas mismas han desarrollado a través de su historia política y social.

Una característica de este pensamiento (de raíz político) es la de tener en mente a la mujer como protagonista de su diario vivir, producto de lo que ellas mismas en repetidas ocasiones contestaron “porque las mujeres ya sabemos que tenemos derechos”. Lo anterior se reitera con los dibujos en los cuales las mujeres “líderesas” son dibujadas en gran tamaño, con más esmero y detalle.

Por ejemplo, la compañera del área de Zacualpa cuando se le pidió que dibujara lo que es el liderazgo para ella, hizo el grupo de mujeres a las que capacita en su lugar de residencia. En el dibujo, ella se hizo a sí misma de gran tamaño y con más detalles en la composición que el resto de mujeres y especificó que ella era parte de la directiva municipal de Zacualpa. También realizó otro dibujo en el cual, dibujó como líderes y/o lideresas a dos grupos: primero el grupo del comité separado del segundo grupo, el grupo de las mujeres y el padre. En el grupo del comité, se distinguen figuras masculinas por el detalle del bigote que se encuentra dibujado. En este grupo se aprecia que las figuras humanas son más pequeñas que el segundo grupo.

Por otro lado, en el segundo grupo, la figura que resalta por su tamaño y composición es la “comadrona” como lideresa del grupo. La comadrona es la única figura humana del segundo grupo, dibujo que más detalle posee en toda la composición artística.

y del conocimiento práctico de la investigadora. La estrategia consta de cuatro apartados:

### **6.3.1 Los Objetivos**

En la redacción de los objetivos se presentaron dos situaciones: los objetivos expresados por la organización y los objetivos del comunicador. Lógicamente, se planteó el objetivo de comunicación en base a las intenciones y criterios formulados por la organización.

En este caso, el objetivo de CONAVIGUA para la elaboración del material de apoyo es proporcionar un documento escrito sobre una recapitulación de los contenidos adquiridos en el taller del tema "El Liderazgo" como curso introductorio. La razón para este objetivo se fundamenta en la necesidad de que las interlocutoras posean un documento educativo para brindarles mejores ideas a la hora de capacitar a otras comunidades.

Para la comunicadora, el objetivo se basa en el compromiso de elaborar contenidos comprensibles sobre los fundamentos básicos del tema "El Liderazgo" que partan desde el conocimiento práctico de las destinatarias complementado con la teoría facilitada en el taller impartido en Agosto 2004.

### **6.3.2 Características de las Destinatarias (os).**

A modo de resumen, se sintetizan las características más importantes:

Las seis destinatarias que se tomaron como muestra del grupo de 60 promotoras afiliadas a la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala son residentes de dos áreas mayahablantes: tres mayahablantes ixilies y tres mayahablantes quichés.

Las mayahablantes ixiles residen en los municipios de Nebaj, San Juan Cotzal, Chajul. Las mayahablantes quichés residen en los municipios de San Andrés Sajcabajá, Zacualpa y Santa Cruz de Quiché.

El estado civil de las seis entrevistadas se clasifica en dos grupos: cuatro mujeres viudas, dos de ellas con compañero en la actualidad y dos solteras. La mayor parte del tiempo, las seis entrevistadas se dedican a repartir sus labores cotidianas en dos grandes actividades: su trabajo reproductivo en la casa y su trabajo productivo como promotoras. Sus ingresos mensuales oscilan entre los Q.800 a Q.1000.00, siendo la mayor parte obtenida gracias a su trabajo de promotora. También cultivan maíz y frijol, aunque antes le dedicaban más tiempo. En el pasado, han sido empleadas en actividades como la recolección del café y el trabajo del "basurado" o recolección de basura generada en el cultivo de la caña.

La mayoría de las entrevistadas comparten su responsabilidad económica, con su pareja o sus hijos e hijas solteras mayores.

Cinco de las seis destinatarias tienen hijos e hijas. Las interlocutoras del grupo Ixil tienen de 1 a 8 hijos e hijas (la mayoría de hijos e hijas son mayores de edad) y viven con un rango de 4 a 7 personas en su casas. Las interlocutoras del grupo Quiché tienen de 4 a 7 hijos e hijas (la mayoría de hijos e hijas mayores de edad) y viven con un rango de 3 a 4 personas en sus casas. Solo 2 de las entrevistadas de ambos grupos sabe leer y escribir, y sólo una de ellas continúa con su educación formal.

Por último, se tocan aspectos que van más enfocados a la observación de las características psicográficas: las entrevistadas expresaron sentirse a gusto con su trabajo de promotoras, en gran parte debido a las motivaciones como el agradecimiento y afecto recibido por las personas de las comunidades a las cuales capacitan. Se observó que las entrevistadas son personas sencillas, de palabras francas y participativas a la hora de opinar, a pesar de su bajo nivel de comprensión del idioma español. También son personas analíticas y observadoras, curiosas y con gran sentido de la responsabilidad de su trabajo. Son detallistas y serviciales, les gusta platicar y sentirse escuchadas y tomadas en cuenta. En este aspecto, la autoestima en el aspecto del liderazgo que ejercen está bien definida, ya que, según lo expresado en las entrevistas, las interlocutoras se consideran a sí mismas como lideresas.

### **6.3.3 Descripción de la organización o grupo que desea comunicar**

La descripción de la organización a plantear los mensajes, se puede resumir en el pensamiento estratégico de la naturaleza, visión y misión de la organización:

- **Naturaleza**

*“CONAVIGUA es una organización integrada por mujeres, en su mayoría viudas, de origen maya, víctimas de violencia, de la discriminación y de la pobreza, reconocida como asociación de carácter privado, no lucrativo, no religioso, no participante en política partidista, de asistencia técnica, cultural, educativa, económica, social, mutualista, que se propone promover y velar por el desarrollo de las mujeres, de l@s jóvenes y de la población en general” (Planeación Estratégica Participativa para la Acción 2001, p.38).*

- Misión

*“Trabaja con lealtad y convicción con mujeres viudas, casadas solteras en distintas comunidades lingüísticas del pueblo maya; con l@s jóvenes y niñ@s, brindándoles servicios de orientación, capacitación, asesoría y acompañamiento para la organización, promoción y defensa de sus derechos específicos, la defensa y promoción de los Derechos Humanos, la desmilitarización, el impulso y desarrollo de la participación ciudadana y política” (Planeación Estratégica Participativa para la Acción 2001, p. 39).*

- Visión

*Y por último, la visión definida para el 2005 se visualiza a CONAVIGUA como “una organización con calidad organizativa y capacidad de liderazgo, que atienda y defienda con eficiencia el respeto a los Derechos Humanos, Derechos de la Mujer, de las mujeres viudas, las y los jóvenes, niñas y niños y de las comunidades indígenas. Una organización activa y propositiva, con incidencia en importantes espacios de participación política y ciudadana, que contribuye a la construcción de la paz y el desarrollo integral. Trabajar por la Justicia, la igualdad y la democracia real en nuestro país, con presencia nacional e internacional” (Planeación Estratégica Participativa para la Acción 2001, p. 39).*

- *¿Qué se percibe sobre el tema? (Desde el punto de vista de los comunicadores/las y de la organización).*

Las impresiones generales que pueden formarse el comunicador o la comunicadora momento de asociar los temas mujeres indígenas del área rural y liderazgo humano basado o basada en sus propias percepciones y en lo investigado sobre la teoría generada al respecto, se puede crear la idea de que las mujeres indígenas adultas del área rural debido a las condiciones precarias para su subsistencia, la situación de discriminación que padecen y la limitación de su participación en el ámbito político; son lideresas inseguras, con baja autoestima ante el constante rechazo que soportan. Punto en el cual, por lo resultados arrojados en la etapa de pre-alimentación, se muestra que dentro de la organización, las interlocutoras se reconocen como lideresas fuertes, valientes y con perseverancia para afrontar diversos problemas y situaciones. Por lo tanto, aquí se evidencia la importancia de pre-alimentarse desde la percepción de las destinatarias para no emitir juicios equivocados al respecto.

Por otro lado, se encontró que CONAVIGUA a la hora de seleccionar el tema sobre “El Liderazgo”, expresó la percepción que la organización tiene sobre las destinatarias, al considerar importante fortalecer temáticas que ayuden a desarrollar las capacidades de liderazgo que poseen las promotoras con la finalidad de preparar a las futuras lideresas dentro de la organización. Las mujeres encargadas de la formación y capacitación de las promotoras, están conscientes de la capacidad que poseen las promotoras que apoyan en el trabajo de campo para lograr su crecimiento profesional con el fin de convertirse en lideresas preparadas, capaces de asimilar los contenidos teóricos que se les proponga, tomando en cuenta también el conocimiento que han adquirido a través de la práctica.

### 6.3.4 Definición de Contenidos

A manera de síntesis de lo expuesto en la etapa de la pre-alimentación, se tiene:

- Código Perceptivo:

La percepción está presente en todos los códigos, ya que como se mencionó antes, es el código que expresa las impresiones, además del vocabulario de las interlocutoras. Dentro de las actividades planificadas para la máxima expresión de este código se encuentran:

Dinámica del papelógrafo y la dinámica de los recortes para elaborar un mural. En la primera dinámica se transmiten claramente las ideas inmediatas entre las significaciones de las palabras liderazgo y lidereza (percibiendo que las entrevistadas no hacen distinción de significados en ambas palabras) con el trabajo de las entrevistadas dentro de la organización. Además esta relación entre promotoras y liderezas queda en evidencia por la continuidad de dibujar grupos de mujeres con sus respectivas promotoras.

Esta relación surge a través del pensamiento popular que dictamina que en un grupo, la persona que habla, que maneja grupos, es una persona con liderazgo. Como en las palabras de la interlocutora de Santa Cruz, *"donde hay un grupo, hay un líder"*.

En la segunda dinámica, las entrevistadas profundizaron su percepción acerca del tema del líder y la lidereza. En este punto, clasificaron a los líderes y liderezas en tres niveles: los líderes y liderezas locales como las promotoras, y fuera de ella como monjas, alcaldes, padres; los líderes y liderezas reconocidas en el ámbito nacional como en el caso de Rigorberta Menchú y el presidente Oscar Berger y líderes y liderezas internacionales (en su mayoría lo asociaban con figuras del deporte, del cine, no por que conocían quienes eran sino por sus características físicas :rubios, altos, fornidos, etc).

Cabe mencionar, que las entrevistadas cuando colocaban recortes con fotos de grupos de personas que eran considerados como líderes y liderezas, mostraban personas en situaciones como: una reunión, una entrega de premios, etc. Las figuras seleccionadas se encontraban en posiciones que mostraban acciones como saludos o tenían gestos sonrientes y según las interlocutoras, las razones por las cuales estas fotos de personas eran consideradas como líderes y liderezas se debía a las posiciones descritas anteriormente donde se percibe la impresión de que estos grupos de personas se dirigen o intentan comunicarse con un grupo determinado.

- Código Asociativo

En el código asociativo, las destinatarias mantienen esa continuidad de pensamiento en relacionar el tema con su experiencia de vida en la organización donde trabajan. Esto se evidencia a través de los resultados obtenidos con la dinámica de expresión por medio de dibujos sobre la rutina de las promotoras, las cuales con esmero y dedicación, repartieron sus actividades en dos grandes momentos: el primero, parte de la mañana al realizar todas las tareas domésticas dentro de sus respectivas casas y la segunda cuando capacitan distintos grupos de trabajo en las diferentes comunidades donde realizan los talleres.

- Código Experiencial

El código experiencial deja en evidencia las dos formas o dimensiones de pensamiento de las destinatarias: la dimensión inmediata de su trabajo como promotoras y la dimensión de los líderes con los que tenían cierta relación debido a su trabajo como promotoras (la mayoría de carácter político).

Estas formas fueron mostradas durante la entrevista grupal. En esta entrevista se resumen los contenidos de las tres temáticas platicadas con las entrevistadas:

*Liderazgo en la casa*

Dentro del hogar la mayoría de las destinatarias de ambos grupos han llevado la responsabilidad de ser las jefas del hogar, aunque reconocen que comparten siempre o procuran compartir siempre las decisiones de la casa. Esto también, se da con la manutención económica del hogar, en la cual las destinatarias comparten también los gastos generados con otros miembros del hogar. Por otro lado, la mayoría de entrevistadas son las encargadas junto con las mujeres de su hogar de realizar el trabajo "reproductivo" o las tareas domésticas del hogar.

*Liderazgo en la comunidad*

En este apartado se encuentra el núcleo de las dos formas del pensamiento de las destinatarias. Uno al referirse a la organización, en este caso CONAVIGUA, como una instancia con liderazgo dentro de su comunidad. Y el otro al referirse a autoridades formales, como los alcaldes municipales y auxiliares como miembros de las instancias que también poseen liderazgo en sus comunidades.

Indirectamente, las entrevistadas clasificaron dos clases de líderes y liderezas, según su experiencia: las liderezas de CONAVIGUA y los líderes vistos como las autoridades formales.

Dentro de las funciones que realizan los líderes identificados, las entrevistadas coincidieron que el grupo de líderes fuera de la organización como Alcaldes y personas allegadas a esta autoridad dedican el tiempo y esfuerzo en dos actividades: la primera es el propagandismo de su partido a través de regalar alimentos como maíz, frijol e incaparina y la segunda mediante el engaño y la extorsión por medio del método de cobrar a la población una cierta cantidad de dinero para que su nombre figure en los listados para ser beneficiarios de algún proyecto de pro-mejoramiento como vivienda, techo mínimo, o alguna cantidad de dinero como pasa actualmente con el tema del resarcimiento.

### *Liderazgo en la organización*

Dentro de lo expresado por las entrevistadas, ambos grupos coinciden que a través de su trabajo como promotoras facilitadoras han notado que las características o cualidades básicas más esenciales para ser lidereza, a nivel general, se resumen en tres aspectos: tener tiempo para asistir a las reuniones, no tener miedo para hablar con personas, y ser una mujer "activa" para el trabajo, lo que conlleva ser una mujer luchadora, que continua el trabajo de llevar "ideas" a las comunidades.

A un nivel más específico, las entrevistadas expresan que para una persona que desee ejercer liderazgo en el nivel de reconocimiento nacional, como por ejemplo la Junta Directiva Nacional, se necesitan agregar a la lista de cualidades dos características esenciales: el manejo fluido del idioma español y ser una persona alfabeta. Esto se debe a que las funciones a este nivel requieren que la persona posea las características anteriores.

### ▪ Código Ideológico

En base a lo percibido, experimentado y asociado por las interlocutoras, damos dos grandes perspectivas de ellas sobre el tema de "El Liderazgo":

La primera se encuentra condicionada por la visión y misión inspirada en su labor de la lucha por el respeto y el cumplimiento de los derechos humanos, especialmente los derechos humanos de las mujeres para su desarrollo humano integral. Esta visión y misión es formada por su código experiencial, es decir, por sus experiencias histórico políticas y sociales.

La segunda, se ubica fuera del ámbito organizacional de CONAVIGUA, en la cual hacen relación directa a la imagen negativa que poseen sobre las figuras de poder local como los Alcaldes y otros líderes informales vinculados con estas figuras. Esta imagen creada por la situación de desacuerdo con las funciones que realizan estas autoridades en sus comunidades y por la situación de rechazo y ataque contra aquellas personas que no estén acorde a sus intereses (en este caso CONAVIGUA).

Lo anterior, hace notorio el hecho de que las entrevistadas poseen conciencia social sobre su entorno, y hacen evidente su preocupación por las consecuencias de los actos proselitistas y manipuladores de los partidos políticos.

En este apartado, ya conociendo los códigos empleados por las destinatarias, se definen la forma y el contenido del mensaje:

- *¿Cuál es la técnica que vamos a emplear?*

La técnica que se empleó fue una mediación entre los dibujos expresados por las destinatarias y el dibujo realista. Por los objetivos, se desea que la población se identifique con el medio ilustrado y que no se distraiga con elementos superfluos, por lo tanto, los elementos en la composición deben ser lo más simples y directos posibles.

- *Redactar la sinopsis*

Para redactar la sinopsis, se tomó en cuenta lo siguiente: por la temática a desarrollar no se podía prescindir del texto escrito por dos razones: la primera debido al objetivo expuesto por la organización en la cual se solicitó realizar una recapitulación sobre los contenidos teóricos facilitados por la capacitadora del taller y la segunda razón la constituye la situación sobre la poca perceptibilidad de las destinatarias sobre la importancia de conocer los fundamentos del tema. Por lo tanto, las destinatarias junto con las encargadas del Proyecto Formación y Capacitación decidieron dar relevancia a los dibujos como referentes de las experiencias obtenidas en el taller sobre el Liderazgo.

Según lo observado y expresado por las interlocutoras, una de las ventajas del grupo de las promotoras es la iniciativa de buscar apoyo para resolver situaciones que les genere inconvenientes. En este caso, las compañeras analfabetas comentaron que ellas cuando van a las comunidades y deben llevar un material por escrito buscan de antemano quien les puede orientar a la hora de facilitar, por lo que siempre cuentan con una persona que las ayuda en su tarea de capacitación.

Habiendo hecho la aclaración anterior, la sinopsis se presenta de la siguiente manera:

El mensaje del folleto se ubica en el contexto del desarrollo de un taller. Para la comprensión y ubicación de las interlocutoras en las escenas, se seleccionaron los siguientes elementos como símbolos de referencia: los papelógrafos, el salón y la posición de las promotoras y las participantes. Con el propósito de brindar una comprensión clara para las interlocutoras alfabetas como analfabetas, se explicaron los contenidos de los subtemas en dibujos ubicados en el interior de los papelógrafos localizados en las ilustraciones del folleto con la intención de que las destinatarias entiendan que los mensajes dentro de los papelógrafos se refieren a las escenas en la cual la promotora está exponiendo determinado mensaje. (Ver anexo 3)

En este taller se han seleccionado los hechos más relevantes de la agenda, por tanto, el folleto tiene dos etapas o capítulos importantes: La Lidereza y El Liderazgo. Cada etapa de la memoria está organizada en dos

partes: la primera donde las interlocutoras ponen en evidencia su conocimiento a través de técnicas participativas y la segunda parte la confrontación teórica del tema, es decir, encontrar un acuerdo entre el conocimiento empírico y el teórico. En este punto conviene aclarar, que dicho acuerdo no debe tomarse como la tarea del educador de enmendar los errores con el conocimiento teórico. Hay que recordar que en la comunicación popular el error no es castigado, ni entendido como una respuesta incorrecta y negativa.

Más bien, el error es una forma de aprendizaje, de conocer cómo las destinatarias manejan el tema a través de su práctica de vida.

Para la representación equitativa de los grupos ixiles y quichés, se ha propuesto tomar en cuenta que en lugar de una promotora habrá dos. La primera representará el área ixil portando el traje típico de la región de San Juan Cotzal para su reconocimiento. La segunda, portará la vestimenta típica de Santa Cruz del Quiché. Se eligieron estos municipios, ya que por medio de la observación se identificó que las promotoras seleccionadas son reconocidas por las otras interlocutoras como dirigentes de cada grupo.

## **6.4 Etapa No.3: la producción**

### **6.4.1 La selección**

La selección de los contenidos del mensaje, delimitó la extensión del documento a 40 páginas. Se procuró menos extensión, pero debido a que el material no se basa en un resumen teórico sobre el tema "El Liderazgo", sino a una experiencia entre el conocimiento popular y la teoría. Por tanto, se deben tomar en cuenta ambos criterios de conocimiento y esto hace que la extensión del folleto sea mayor.

Por su parte, existe un eje transversal expresado en dos dimensiones presentes a lo largo del mensaje: la primera le corresponde al trabajo y la exposición del conocimiento práctico de las destinatarias. La segunda, le pertenece a la confrontación teórica.

Este eje transversal se respetó en el folleto para que las destinatarias asocien y reconozcan en las representaciones gráficas, el orden de los pasos del taller. Otro aspecto a considerar fue la apreciación espacial de las destinatarias, en la cual se procuro que los pasos distribuidos quedaran una escena por página la y no dos o tres escenas en la misma página, ya que se observó que las interlocutoras toman las representaciones gráficas como un todo y no como situaciones separadas.

En el folleto se tocaron dos grandes temáticas ordenadas de la siguiente manera: La Lideranza y El Liderazgo. Por lo detectado en los códigos experienciales e ideológicos, el tema que más recordación y fuerza posee para las destinatarias es el tema de la Lideranza. Lo anterior viene a afianzar el enunciado de Kaplún (1987) con respecto al pensamiento popular, en el cual se expresa que una idea es formada en base a los hechos concretos experimentados por los interlocutores y/o interlocutoras.

Esta experiencia da como resultado que sus ideas sobre el tema se empleen expresiones elaboradas en términos concretos más que términos abstractos. En este punto cabe mencionar, que se observó que las destinatarias no hacían distinción de significados entre las palabras lidereza y liderazgo, tal vez se deba a la similitud en la fonología de los vocablos. Por tanto, y para fines didácticos, se pretende incluir ejemplos donde se marque la diferencia entre las significaciones de las palabras, pues tanto la organización y la investigadora creen conveniente empezar a introducir esta diferencia.

De lo anterior, se puede sintetizar que el tema prioritario fue el tema de La Lidereza. Dicho tema se trató en tres subtemas en el siguiente orden: los tipos de liderezas, las funciones de la lidereza y las cualidades de las liderezas. Luego, en el tema del Liderazgo se definió el concepto y, como se mencionó con anterioridad, se adjuntan ejemplos para diferenciar los significados de Lidereza y Liderazgo. Este punto se debe aclarar, que si bien ambos términos se relacionan entre sí y se derivan entre sí, se cree conveniente utilizarlos separadamente, y por cuestión del trabajo que las destinatarias ejercen con la organización, pues al no distinguirlos puede caerse en malentendidos al no saber si se refiere a una persona o a una situación.

Para concluir con el tema de "El Liderazgo", se consideró importante incluir el pensamiento reiterado por las interlocutoras sobre la clasificación experiencial e ideológica sobre los líderes y liderezas. Esta clasificación parte de las pruebas visibles sobre el comportamiento de los líderes y liderezas de índole político en las comunidades donde residen y laboran las destinatarias:

Por una parte se encuentran, las personas que aprovechan las situaciones de extrema pobreza de las comunidades para crear, reforzar o mantener el poder local a través de sus cargos como autoridades formales. Para ello utilizan métodos como actos progandísticos por medio del ofrecimiento de víveres y de extorsión al ofrecer proyectos de pro-mejoramiento a cambio de una cantidad mínima de dinero, incumpliendo los ofrecimientos.

Y por otro lado, se visualizan aquellas personas comprometidas con el trabajo de brindar bienestar personal y colectivo a las comunidades.

El tratamiento de este mensaje en particular, propone orientar a las interlocutoras a unificar un criterio que tome en cuenta tanto el bienestar material como el bienestar personal y comunitario. Lo anterior se considera, al percatarse de la existencia de una división sobre las cualidades y/o características que son favorables para una lidereza en la organización y las características favorables para un líder o lidereza fuera de la organización.

En el primer caso, para la selección de una lidereza en CONAVIGUA se toman en cuenta las características o cualidades como la lidereza enfocada más a orientación hacia las personas y su bienestar espiritual. El segundo caso, se enfocan a los líderes o liderezas fuera de la organización, se enfoca a buscar aquellas personas que se comprometan a cumplir promesas que benefician a las interlocutoras basadas en proyectos para mejorar el aspecto material en su calidad de vida.

Para terminar, por las observaciones hechas por las mismas encargadas de la capacitación y formación de las promotoras se acordó no mencionar ningún nombre, cargo, ni partido político. Para una mejor comprensión en este apartado, se recomienda referirse al Anexo 3 en el cual se recopilan todos los contenidos elaborados para el folleto, el cual incluye los textos y dibujos del folleto.

A continuación se proporcionan, el esquema general del orden de los temas contenidos en folleto.

**Cuadro No.1 Cuadro sinóptico sobre los contenidos del folleto popular acerca de "El Liderazgo".**

Pasos seleccionados de la agenda del taller	Tema	Subtema	Descripción de la escena	Extensión
<b>PRIMER CAPITULO</b>	<b>LA LIDEREZA</b>			
1) El encuentro			En este apartado, se encuentra asociado en dos etapas: el primer paso se ubica la representación del encuentro o la reunión de las participantes del taller y la segunda escena se visualiza el recibimiento por parte de las promotoras a las participantes del taller en el salón. Se realizó esta secuencia como referente de ubicación del mensaje.	2 páginas
2) La bienvenida			Este paso se compuso en dos partes: la primera muestra la presentación y bienvenida de las promotoras, en este caso, una promotora mayahablante ixil y la otra mayahablante quiché.  En la segunda parte, se dividió la escena en dos cuadros: el primero graficando la presentación del grupo de las participantes ixiles y el segundo cuadro se muestra la presentación de las mayahablantes quichés. Todo lo anterior, con el propósito de recordación y reconocimiento de lo experimentado por las interlocutoras	2 páginas
3) Primer Dinámica: el mural de los recortes.			En este apartado, se visualiza la representación de los grupos ixiles y quichés trabajando en la dinámica para identificar a los líderes y lideresas percibidos por las interlocutoras a través de la elaboración de un mural hecho con recortes de periódicos y revistas.	1 página
4) Primeras Exposiciones por grupos sobre lo			Este paso, se representa en dos secuencias: la primera, muestra a una de las representantes del grupo ixil exponiendo el mural donde predominan las imágenes de las promotoras y una lideresa de la organización reconocida a nivel nacional. Y el segundo, se aprecia la exposición de la representante del	2 páginas

trabajado en la dinámica del mural.			<p>grupo quiché, en cuyo mural se visualizan figuras masculinas como un alcalde y un presidente.</p> <p>Con esto se evidencian las dos dimensiones o formas generales en el pensamiento de las interlocutoras acerca de las clases de líderes y lideranzas que ellas consideran que existen.</p>	
5) Primera Confrontación Teórica sobre el tema de La Lideranza divide en:				
	5.1 Definición de la lideranza		<p>En esta escena, se visualiza el comienzo de la confrontación teórica del tema de la Lideranza.</p> <p>La posición de la promotora y los elementos de referencia como el papelógrafo y los ejemplos graficados dentro de él, se repiten en todas las escenas en las cuales se pretende graficar las explicaciones teóricas de la promotora.</p> <p>Por otro lado, en el texto se seleccionó la definición teórica proporcionada por la facilitadora del taller, ya que esta mantiene concordancia con la información adquirida en la etapa de pre-alimentación.</p>	1 página
	5.2 Tipos de lideranzas	<p>5.2.1 Autoritaria</p> <p>5.2.2 Pasiva</p> <p>5.2.3 Participativa</p>	<p>Este paso del taller se divide en tres secuencias:</p> <p>La primera secuencia representa la escena de la promotora, quien ejemplifica (con dibujos ubicados dentro de los papelógrafos) la apariencia y los gestos de una lideranza autoritaria. De igual forma, se escenifica la explicación de la promotora sobre la lideranza pasiva y a la lideranza participativa. (Ver Anexo 3).</p> <p>Por otro lado, en el texto se seleccionó la definición de estos tres tipos, ya en ellos se sintetizan de una forma clara muchas de las clasificaciones teóricas consultadas por la facilitadora y la investigadora.</p>	3 páginas

	<p>5.2.1 Núcleo de la plenaria realizada en grupo sobre el subtema: Tipos o formas de ser de la Lideranza.</p>		<p>Este paso se representa en dos secuencias:</p> <p>En la secuencia número uno, se visualiza a la promotora ixil señalando un papelógrafo con los rostros de las tres lideranzas antes explicadas.</p> <p>Luego se visualiza a una participante señalando el rostro con expresión sonriente, refiriéndose a ésta como la lideranza participativa.</p> <p>Se incluyó este paso de la agenda del taller, porque recopila la expresión reiterada en la etapa de la pre-alimentación sobre el autoreconocimiento de las interlocutoras como lideranzas participativas.</p>	<p>2 páginas</p>
	<p>5.3 Funciones de la Lideranza</p>	<p>5.3.1 Orientar 5.3.2 Organizar 5.3.3 Coordinar 5.3.4 Administrar 5.3.5 Movilizar</p>	<p>De la misma forma que se represento el subtema sobre los tipos de lideranzas se esquematizó el subtema de las funciones de la lideranza. Estas funciones se dividieron en 5 escenas. (Ver Anexos 3)</p> <p>La razón de seleccionar estas funciones, se hizo de conformidad con lo expresado por las promotoras y se incluyeron otras funciones que refuerzan el conocimiento práctico de las interlocutoras al respecto. Cada función está graficada en una página.</p>	<p>5 páginas</p>
	<p>5.4 Cualidades de una lideranza</p>	<p>5.4.1 Ser comunicadora. 5.4.2 No tener miedo para hablar (valentía o coraje). 5.4.3 Tener claros los objetivos del grupo. 5.4.4 Tener criterio propio 5.4.5 Ser luchadora</p>	<p>Siguiendo con el esquema de la exposición de la promotora ixil, se graficó este paso en 5 escenas, cada escena ejemplifica una cualidad o característica de la Lideranza.</p> <p>En este apartado, se seleccionaron aquellas cualidades que las destinarias identificaron como importantes y otras consideradas por la organización y la investigadora importantes de mencionar.</p>	<p>5 páginas</p>

SEGUNDO CAPITULO	EL LIDERAZGO			
6. Dinámica sobre la interpretación de las destinatarias sobre el término El Liderazgo			En este apartado, la dinámica utilizada fue la de expresar el tema de "El Liderazgo" a través de la técnica de los dibujos. Cabe mencionar, que este es el tema explicado por la promotora quiché dentro del folleto.	1 página
7. Segunda Exposición sobre la dinámica para ejemplificar el significado del LIDERAZGO, por medio de los dibujos			De la misma manera que se represento las escenas de las exposiciones sobre el tema de la Lideraza se representa la exposición sobre la significación de la palabra Liderazgo según las apreciaciones de las destinatarias en el transcurso del taller impartido en Chitatal en Agosto 2004.	2 páginas
Confrontación teórica	8.1 Definición del Liderazgo		La definición sobre LIDERAZGO se realizó bajo el enfoque de las interlocutoras, quienes parten de las funciones que ellas realizan en sus comunidades.	1 página
	8.2 Introducción para establecer las diferencias entre Lideraza y Liderazgo		Aquí se ejemplificó en términos muy sencillos, la manera de comenzar a establecer una diferenciación en el uso de los términos.	1 página
	8.3 Cierre del capítulo sobre "El Liderazgo" con el mensaje acerca de los cualidades de los líderes y liderazgos que "valen la pena" seguir.		La intención de la comunicadora fue concluir esta representación del taller con el mensaje para concienciar a las interlocutoras de orientarse a buscar el liderazgo de personas que tengan el compromiso de encaminar comunidades hacia el desarrollo humano integral y no sólo en el aspecto económico o material.	1 página

## 6.4.2 La combinación

Para la combinación del mensaje, se graficó el comienzo del mensaje con el orden y los pasos más relevantes sucedidos en el taller. Aquí se debe respetar la asociación de pasos percibidos por las destinatarias, es decir, mantener lo más fiel la agenda del taller. Para la portada, se acordó hacer una composición seleccionando un dibujo por interlocutora para luego juntar las ilustraciones seleccionadas y así formar un grupo con su lidereza, en este caso, con su promotora. Para el título del folleto se redactó la siguiente oración: **“Así entiendo a la Lidereza y el Liderazgo”**. Esta frase fue inspirada como un resumen de la percepción de las interlocutoras sobre el tema de El Liderazgo, ya que todas las destinatarias mantuvieron constante la idea de la promotora como Lidereza y persona que ejerce Liderazgo.

Así mismo, el final del mensaje concluye con la plenaria del taller. Por tanto, las conclusiones y evaluación del taller se redactaron en forma de preguntas para que las destinatarias produzcan sus mensajes. Para ello se dejaron varias hojas en blanco para que ellas tengan espacio de plasmar sus mensajes a través de sus posibilidades de expresión.

## 6.5 Etapa No.4: La validación

La etapa de la validación tuvo lugar la segunda semana de septiembre de 2004. Para mejor comprensión de las apreciaciones y observaciones de las destinatarias, se dividió el grupo en dos partes: las mujeres que decodificaron los textos y las mujeres que decodificaron los dibujos.

### *Información Obtenida del primer grupo*

Primero, se validó con las mujeres que decodificaron los dibujos, por ser las integrantes que no poseían ningún nivel de escolaridad. Al principio se les proporcionó el documento para que lo platicaran y luego página por página se procedió a la explicación que las interlocutoras hicieron con respecto a sus observaciones. Durante la fase de la discusión del documento, las mujeres observaron el documento, comentaban mucho sobre los dibujos que ellas mismas elaboraron en los talleres sobre el tema de El Liderazgo, ya que estos aparecen en la portada del folleto y al final de éste. Las entrevistadas trataban de ubicarse dentro de la historia señalándose unas a otras, identificadas por el traje típico.

Al principio de la fase de las observaciones, las entrevistadas describieron los dibujos como si se tratara de un álbum fotográfico sin hacer una asociación entre ellos, aunque entendían que se trataba de una reunión o taller. Demoraron en encontrar la asociación, pues ellas expresaban que no se acordaban mucho sobre el taller, pero con el transcurso del tiempo, ellas comenzaron a asociarlas poco a poco. Los dibujos fueron claros y del gusto general de las interlocutoras.



**Ilustración No.1 Etapa de la Validación del primer grupo de interlocutoras quichés e ixiles.**

Dentro de las observaciones y sugerencias realizadas por las interlocutoras del primer grupo están:

Dentro de las observaciones generales percibidas por las destinatarias, se presentó el caso de cambiar en las escenas un elemento básico en las escenas: las paredes como símbolo para referir la ubicación de las situaciones.

Originalmente, se consideró utilizar en las escenas paredes con block, ya que las instalaciones de la sede de CONAVIGUA en el departamento del Quiché, los salones en los cuales se realizaron los talleres, están formados por paredes de block. Pero en la validación, las destinatarias sugirieron que era preferible cambiar el dibujo de la pared de block por una pared de adobe.

La razón anterior, la constituye que las interlocutoras se encuentran más familiarizadas con casas hechas de abobe, puesto que la mayoría de casas en las cuales se realizan las capacitaciones a las diversas comunidades la infraestructura está realiza con adobe y no con block.

Por otra parte, entre los cambios específicos están:

La primera especificación fue reformular el dibujo del comienzo del folleto. En este dibujo, se encontraba representada la escena que daba inicio al taller, escena que las interlocutoras conocen como "el encuentro". Este término las destinatarias lo utilizan para referirse al momento en que se encuentran todas las participantes del taller para dirigirse al lugar donde se impartirá la capacitación.

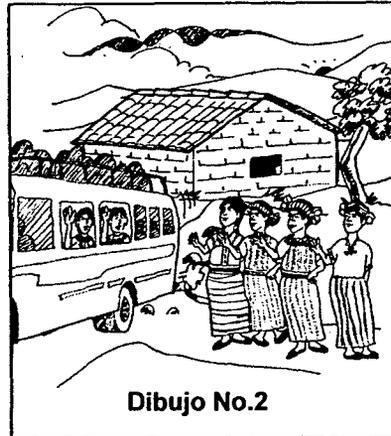
El dibujo presentado originalmente sobre el encuentro, las interlocutoras no comprendían quiénes participaban en la situación, ya que la escena representaba a un grupo de mujeres caminando de espaldas hacia el lugar de la capacitación. Las destinatarias sugirieron que el dibujo final, el cual representaba la escena de la despedida era más apropiado para el principio.

Lo anterior, se debió a la posición de las personas ubicadas en el final, en las cuales las promotoras y las participantes se despedían con un ademán de despedirse en la lejanía, mientras ambos grupos caminaban en diferentes direcciones. Las destinatarias expresaron que más parecía que se estaban saludando, como encontrándose, y por tanto, se acordó utilizar esta escena con sus correcciones de posición para el principio y para la despedida representar una escena en la cual las promotoras se van a sus lugares de residencia en camioneta y el resto las despiden en la parada. (Ver cuadros 1 y 2)





Dibujo No.1



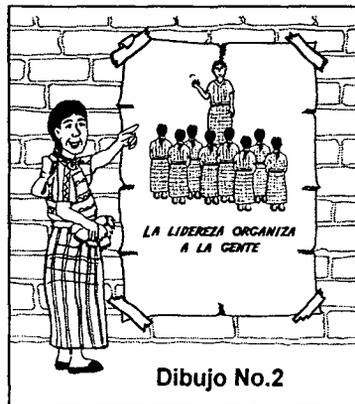
Dibujo No.2

Cuadro No.2 Etapa de Validación. Comparación entre formulación original (Dibujo No.1) y la reformulación (Dibujo No.2) hechas para la escena de la despedida entre las promotoras y las participantes.

Otro cambio se produjo dentro del subtema: "Funciones de las Lideresas" en las cuales originalmente se representó el dibujo de una promotora ordenando a través de los números una serie de carteles pegados en la pared como la función de organizar, ya que ellas mismas expresaron en el taller que la promotora se organizaba porque preparaba y ordenaba sus temas. Pero en la validación, la investigadora se percató que las interlocutoras se inclinaban más al significado de organizar como la acción para reunir o llamar gente y formar comisiones en la realización de actividades de índole de participación masiva. Por tanto, se reformuló el dibujo de la siguiente forma:



Dibujo No.1

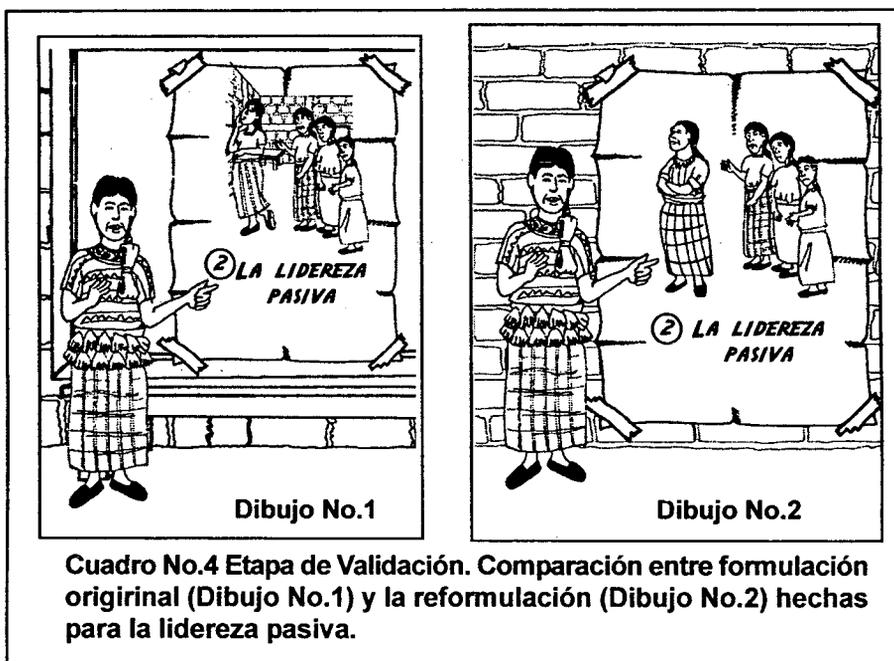


Dibujo No.2

Cuadro No.3 Etapa de Validación. Comparación entre formulación original (Dibujo No.1) y la reformulación (Dibujo No.2) hechas en la función organizativa de la Lideresa.

En el texto dentro del papelógrafo se sintetiza la idea principal del contenido expuesto, en este caso, la reformulación del texto que aparece dentro del papelógrafo cambio de: "La lidereza organiza sus actividades" en dibujo No.1 a "La lidereza organiza a la gente", en el dibujo No.2.

Otro de los ejemplos, se dio dentro del subtema "Tipos de Lidereza". En este caso, las interlocutoras no comprendieron la postura de la lidereza pasiva, la cual se graficó como una lidereza que le da la espalda al grupo y sus gestos son de despreocupación y la intención de expresar una persona despistada. En vez de eso, las interlocutoras sugirieron que los brazos de la lidereza estén cruzados como señal de una mujer que "no le importa lo que están diciendo las compañeras que están a sus espaldas." (Ver cuadro No.4)



### *Información obtenida en el segundo grupo*

Los textos fueron validados por las compañeras alfabetas del grupo. Ellas no encontraron ninguna dificultad en el texto, ni la tipografía de la letra. Comprendieron los mensajes y se asociaban los contenidos del folleto con lo platicado en el taller. De igual forma, las encargadas del Proyecto de Formación y Capacitación no encontraron ninguna dificultad en el texto u objeción alguna. Solo se realizó una ampliación en la explicación de la Lideranza Pasiva, en el cual quedó reformulado de la siguiente manera: *El segundo tipo es la LIDERANZA PASIVA. A la lideranza pasiva no le preocupa el trabajo, ni le preocupan las personas de grupo. Tampoco le interesa resolver los problemas que surgen en las comunidades. Ella deja hacer a los demás lo que deseen y no le gusta tener responsabilidades.*

Para concluir el proceso de validación, se procedió a reformular los ejemplos anteriores tomando en cuenta las observaciones y sugerencias de las destinatarias. Luego, se presentó la reformulación a las miembros encargadas del Proyecto de Capacitación y Formación para su aprobación final. Las encargadas respetaron mucho las ideas sugeridas por las promotoras y entre las aportaciones de las promotoras sobre el esquema para la presentación del folleto y las ideas de las encargadas del Proyecto Capacitación y Formación se redactó la presentación del folleto.

El producto final es un folleto impreso en blanco y negro de 40 páginas, cuyo contenido se realiza bajo dos temas: La Lideranza y El Liderazgo.

Dentro del desarrollo del tema, se encuentra un eje transversal que fue la manera en que se realizó el aprendizaje de las promotoras facilitadoras sobre el tema "El Liderazgo" dentro del taller sobre este tema: primero, la expresión del conocimiento popular sobre los aspectos del Liderazgo y luego sobre la complementación de ese conocimiento a través de la confrontación teórica.



**Ilustración No.2 Etapa de la Validación del segundo grupo de interlocutoras quichés e ixiles.**

## CONCLUSIONES

---

1. Dentro de la comunicación popular, es importante iniciar el proceso de elaboración de mensajes con la apropiación y transformación por parte del comunicador y la comunicadora sobre las propuestas teóricas existentes que puedan apoyar la tarea de codificar mensajes, a fin de crear métodos propios que se adecuen a las necesidades comunicacionales de los y las interlocutoras a quienes se dirige el mensaje.

2. En la aplicación del proceso de comunicación popular, la labor del comunicador y/o comunicadora además de estar condicionada por los principios teóricos de la comunicación popular, también se encuentra condicionada por factores como los recursos económicos, el tiempo y sobre todo en la tendencia de visualizar, en el entorno laboral, como único método para elaborar mensajes al modelo "clásico" de comunicación.

Este modelo hace énfasis en los resultados del mensaje mediante la comprobación de las respuestas en los comportamientos previamente programados para los destinatarios y las destinatarias. Esta comprobación resulta exitosa cuando las respuestas han seguido fielmente los intereses de los emisores. Por tanto, se puede crear la idea que otro modelo distinto como el modelo de comunicación popular sea desvalorizado en el medio laboral, por hacer más énfasis en el proceso de aprendizaje que en la medición de resultados en sí mismos.

3. Para el logro del proceso de comunicación popular es básico partir de la experiencia y conocimiento de vida de los destinatarios y las destinatarias a través del diálogo. Por tanto, el proceso de elaborar mensajes dentro de la comunicación popular no es un proceso de comprensión y análisis instantáneo por parte de las personas a quienes se dirigen los mensajes, ya que existen distintos niveles de consciencia según la experiencia de vida que estas personas hayan llevado. Más bien, la comunicación popular es un proceso dinámico cuyo ritmo de apropiación y transformación de la realidad se realiza de manera gradual, y por consiguiente, requiere tiempo.

4. Los resultados obtenidos en la experiencia e ideología de las destinatarias sobre el tema El Liderazgo, se puede apreciar un eje transversal expresado en dos grandes dimensiones en el conocimiento práctico encontrado respecto al tema del Liderazgo en las interlocutoras de los grupos quichés e ixiles:

- La experiencia de percibir el liderazgo a través de su práctica inmediata por medio del trabajo organizativo que realizan en la institución: la autoaceptación de ser líderes por la razón de que la promotora trabaja, orienta y acompaña a grupos de personas.

- La segunda, se refiere a la asociación del tema del liderazgo con las personas que ocupan cargos en el gobierno local y municipal, y cuyas funciones en cierta medida, afectan el trabajo de las interlocutoras y el trabajo, en general de CONAVIGUA. En este caso, los alcaldes municipales, auxiliares y los miembros allegados a estas autoridades.

5. El comunicador o la comunicadora que desee implementar en sus mensajes métodos basados en fundamentos de la comunicación popular, debe validar los mensajes con la participación de los y las interlocutoras, teniendo consciencia que es necesario dejar atrás las costumbres adquiridas por la utilización de esquemas "clásicos" de comunicación, en los cuales el emisor centraliza las decisiones y aportaciones de los mensajes sin condicionarse a la percepción de la forma de aprendizaje de la realidad de los destinatarios y las destinatarias. Por ello, es importante mantener en todo el proceso una actitud de sencillez y respeto a la hora de trabajar con las personas a quienes se dirigen los mensajes; y sobre todo, no desvalorizar el conocimiento adquirido a través de su práctica de vida, en la cual se encuentran valiosas aportaciones en el proceso de aprendizaje mutuo entre comunicadores y comunicadoras y la población a quien se dirigen los mensajes.

# RECOMENDACIONES

---

Las recomendaciones se manejan en tres partes:

## PRIMERA

- Las recomendaciones para los futuros comunicadores y comunicadoras que deseen incursionar en el campo de la comunicación popular:

1. El comunicador y la comunicadora debe mantener una actitud consciente acerca de los cambios que acarrea codificar mensajes dentro del esquema de la comunicación popular. Estos cambios no se dan de forma instantánea en la percepción y ideología del comunicador/a, y por ende, hay probabilidades de que la comunicadora y el comunicador siga centralizando el proceso de comunicación.

Para contraerrestar de alguna forma esta situación, se sugiere que el comunicador y la comunicadora a la hora de elaborar mensajes se prealimemente con la población destinataria acerca del tema o busque formas de obtener opiniones e información con referencia de ella. Es preferible no tomar una actitud de asumir o suponer ideas sobre la población a la cual se dirige. Como comunicadores y comunicadoras, siempre hay que partir de la experiencia de la población con el tema e incentivar la actitud de búsqueda y consulta. Para ello, es necesario no codificar los mensajes sólo sino siempre rodearse de personas que pueden aportar ideas, observaciones o sugerencias en torno a los mensajes.

2. Se sugiere que el comunicador y la comunicadora codifiquen sus mensajes teniendo como base el enunciado sobre el pensamiento popular expuesto por Kaplún, en el cual los mensajes parten desde la descripción de la realidad hasta el análisis de ella. Esta premisa resulta muy útil a la hora de producir los mensajes, ya que ofrece una guía acerca del orden de las ideas, las cuales parten de ejemplos concretos hasta definiciones abstractas.

## SEGUNDA

- Para las organizaciones que deseen comunicar mensajes populares, en este caso, CONAVIGUA:

3. Se sugiere que la organización refuerce la importancia de dar más énfasis en el proceso de aplicar métodos que promuevan el diálogo y la participación de las personas destinatarias para elaboración de mensajes. Lo anterior, con la finalidad de fomentar el crecimiento de los niveles de consciencia de la población a quien se dirige los mensajes para que dichas poblaciones mejoren su capacidad de entendimiento y transformación de la realidad sobre los temas de interés de las organización. Con ello, las organizaciones e instituciones que deseen elaborar materiales educativos de temas que ayuden a la formación y capacitación de las personas para su desarrollo humano y comunitario obtendrán, con la metodología propuesta, una manera de facilitar el logro de sus objetivos a través de procesos de comunicación incluyentes que provean mensajes comprensibles, ya que la población destinataria se sentirá identificada y participe en la elaboración de los mensajes.

### **TERCERA**

▪ Para la unidad académica:

4. Se recomienda implementar talleres o ejercicios dentro de las carreras técnicas y también a nivel licenciatura, en los cuales los y las estudiantes experimenten, al menos una vez, otras maneras de codificar mensajes fuera del esquema "clásico" de comunicación generalizado. En especial, si la tarea de el o la estudiante se enfoca en elaborar mensajes que busquen facilitar el aprendizaje de temas sociales para poblaciones como las mujeres indígenas residentes del área rural del país.

## **BIBLIOGRAFÍA**

---

- AGUILAR Aguilar, Glenda Yvette. 2000 **"Efectos de la Comunicación Alternativa en Amatitlán"**. Tesis, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 161 p.p.
- ASOCIACIÓN POLITICA DE MUJERES MAYAS –MOLOJ-. 2001. **"Liderazgo, Derechos de la Mujer, Instrumentos Nacionales e Internacionales."** Guatemala. s.e. 38 p.p.
- BERGERON, Jean Louis y otros. 1983. **"Los Aspectos Humanos de la Organización"**. Edición traducida en Costa Rica. Editorial Gaétan Morin. 350 p.p.
- DEFENSORÍA DE LA MUJER INDÍGENA. 2003. **"Primer Informe de la Defensoría de la Mujer Indígena "**. Guatemala. Magna Terra Editores. 92 p.p.
- DE LA ROSA Marroquín, Sonia Lisseth. 2001. **"Utilización de Estrategias Comunicacionales en la Comercialización de Productos No Tradicionales"**. Tesis, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 104 p.p.
- DE LA TORRE ZERMEÑO y De la Torre Hernández.1995. **"Taller de Análisis de la Comunicación I."** México. McGraw-Hill. 485 p.p.
- DONIS, Elsa. **"Líder y Liderazgo"**. Guatemala.2004. (manuscrito no publicado). 23 p.p. Guatemala. 150 p.p.

ESPIÑOZA, Humberto. 2001. "Planeación Estratégica Participativa para la Acción. Reporte de Investigación sobre CONAVIGUA 2001". Guatemala. 150 p.p.

GUTIÉRREZ, Francisco. 1982. "Pedagogía de la Comunicación como Alternativa". España. s.e. 100 p.p.

KAPLÚN, Mario. 1987. "El Comunicador Popular". CIESPAL-CESAP-NERDERLAND Argentina. Editorial Humanitas. 261 p.p.

MÉRIDA González, Aracelly Krisanda. 2000. "Para elaborar y presentar el proyecto de tesis". Guatemala. s.e. 39 p.p.

MOLLINER Estrada, Ana Isabel. 2000. "No sólo es cuestión de imagen". Manual de cátedra para el curso de Relaciones Públicas. Guatemala. s.e. 139 p.p.

MONZÓN García, Samuel Alfredo. 2000. "Introducción al proceso de la Investigación Científica" Aplicado a las Ciencias Sociales, de la Salud y Naturales." Guatemala. Colección Fundamentos, Editorial Oscar de León Palacios. 222 p.p.

PALMA, A.Danilo. 1992. "Investigación Social I". Universidad Rafael Landívar, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Programa de Fortalecimiento Académico de las Sedes Regionales (PROFASR). Guatemala. s.e. 199 p.p.

PELAYO y Gross, Ramón García. 1991. "Pequeño Laurousse ilustrado". México, D.F. Ediciones Laousse, S.A. de C.V. 1,663 p.p.

PROAÑO, Luis Eladio. 1980. **“Planificación y Comunicación”, Modelo Comunitario.** Ecuador. CIESPAL, CIESPRL. Editorial Andina. 112 p.p.

SHULTZ, Don E. 1983. **“Fundamentos de Estrategias Publicitarias.”** México. Publigráficos. 300 p.p.

SISTEMA DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA. 2002. **“Desarrollo humano, mujeres y salud: quinto informe 2002”.** Guatemala. Montegama Comunicaciones. 468 p.p.

# ANEXOS

---

## ANEXO 1

### Guía Temática para la entrevista focal

#### Procedimiento para la realización de la entrevista grupal

Se hizo una presentación acerca del tema de "El Liderazgo" y el proceso que se llevará para la elaboración del folleto. Se explicó que las interlocutoras serán parte del equipo para la realización del folleto con su participación sobre lo que perciben sobre el tema y han experimentado acerca del tema. Luego se procedió a separar a dos grupos: el primero lo constituyen las promotoras facilitadoras del área Ixil y el segundo grupo le corresponde a las compañeras de diferentes lugares del área Quiché. Para una comprensión y fluidez en la lectura, se utilizan las siguientes abreviaturas para saber la residencia de la entrevistada:

#### Grupo Ixil:

Nebaj: N  
San Juan Cotzal: SJC  
Chajul: CH

#### Grupo Quiché:

San Andrés Sajcabaja: SA  
Santa Cruz del Quiché: SCQ  
Zacualpa: Z

Nota: en el caso de la compañera residente de Chajul y la compañera de Zacualpa, por ser las que menos vocabulario manejan dentro del idioma español, se les tradujo las preguntas y también la traductora daba sus respuestas.

#### Datos Personales:

#### Grupo Ixil:

##### Lugar de Residencia

- Nebaj
- San Juan Cotzal
- Chajul

##### Edad:

- N: 41
- SJC: 34
- CH: 40 (tal vez)

Estado Civil:

- N: Viuda (acompañada)
- SJC: Soltera
- CH: Viuda (acompañada)

Ocupación:

- N: Promotora facilitadora, ama de casa y campesina: antes cuando ayudaba con el trabajo de la caña, también gana de Q15.00 a Q.20.00 al día. Como promotora gana Q.800.00 al mes.
- SJC: Promotora facilitadora, ama de casa y campesina: teje de vez en cuando, pero ya no. Como promotora gana Q800.00 al mes.
- CH: Promotora facilitadora, ama de casa y campesina: cortan café. Gana al igual que la primera persona gana de Q15.00 a Q20.00 al día cuando puede ir a cortar café y como promotora gana Q800.00 al mes.

Hijos e hijas:

- N: Tuvo 8 hijos pero se murieron dos. Entre los hijos e hijas vivas son 3 varones de: 22, 20,16 y 3 mujeres de: 28,25,14 años.
- SJC: 1 hijo hombre: 15 años.
- Ch: 2 hombres de: 12, 6 años y 2 mujeres de: 17,12 años.

Nivel de Escolaridad:

- N: No tuvo oportunidad (no sabe leer, ni escribir).
- SJC: No tuvo oportunidad (si sabe leer y escribir un poco).
- CH: No tuvo oportunidad (no sabe leer, ni escribir).

Idiomas que habla:

- N: Ixil. También habla y entiende un poco el español
- SJC: Ixil. Además habla y entiende mejor el español
- CH: Ixil. En su caso, casi no habla español y lo entiende un poco

Religión:

- N: Cultura maya
- SJC: Católica
- CH: Evangélica

## Grupo Quiché:

### Lugar de Residencia

- San Andrés Sacabajá
- Santa Cruz del Quiché
- Zacualpa, Canton Pakok.

### Edad:

- SA: 45
- SCQ: 21
- Z: 58 (parece)

### Estado Civil:

- SA: Viuda soltera
- SCQ: Soltera
- Z: Viuda soltera

### Ocupación:

- SA: Promotora facilitadora, ama de casa y campesina. Antes cortaba café, cargar el café. Gano Q20.00 al día. También hace sopladores, y los vende a Q.10.00 la docena de sopladores una o dos veces a la semana.
- SCQ: Promotora facilitadora, estudiante y campesina (siembra). En mi casa, hago trenzas para hacer sombreros cada trenza a Q3.50 y vendo 2 al día. También como promotora gana Q800.00 al mes.
- Z: Promotora facilitadora, ama de casa y campesina. En su casa vende tejidos, por ejemplo, un güipil lo hace en un mes y lo vende a Q 250.00 y gana Q800.00 al mes.

### Hijos e hijas:

- SA: 4 hijos: 2 mujeres de 25, 20 años y 2 varones, no sabe.
- SCQ: No tiene.
- Z: 7 hijos: 2 hombres 35,19 y 4 mujeres: 30, 25, 20 años y 1 mujer fallecida.

### Nivel de Escolaridad:

- SA: No tuvo oportunidad (no sabe leer, ni escribir)
- SCQ: Si estudia el 1er año de básicos
- Z: No tuvo oportunidad (no sabe leer, ni escribir)

### Idiomas que habla:

- SA: Quiché. Habla y entiende un poco el español
- SCQ: Quiché. Habla y entiende el español mejor que el resto
- Z: Quiché. Habla muy poco español y lo entiende un poco más.

Religión:

- SA: Católica
- SCQ: Cultura maya
- Z: Cultura maya

Nota: cuando empezaron el trabajo de CONAVIGUA, ellas como promotoras no les pagaban nada, ahora si se les paga.

### **Código Experiencial e Ideológico**

#### **Tema: El liderazgo en mi experiencia y forma de ver la vida**

- Liderazgo en mi casa

1. ¿Cuántas personas viven en su casa? (falta)

Grupo Ixil:

- N: 6 en total
- SJC: 4
- Ch: 7

Grupo Quiché:

- SA: 3, tengo otra hija que estudia en Chichicastenango y cuando termine su estudio, entonces vive conmigo. Pero ahora somos 3.
- SCQ: 4
- Z: 3

2. ¿Quién es el jefe/a de su familia?

Grupo Ixil:

- N: De grande, ella es la jefa de la casa y el esposo de ella, los dos comparten las decisiones.
- SJC: En mi caso yo y mi mamá. El papá ya murió.
- CH: Ella y el esposo.

Grupo Quiché:

- SA: Yo soy la jefa de mi casa. Lo consulta con sus patojos y patojas.
- SCQ: Para mi es mi papá, los dos. Pero si consultan conmigo.
- Z: Ella porque tiene a su cargo el papel de mamá y papá. Pero si se pone de acuerdo con su hija grande para comprar, por ejemplo, maíz, comida, etc.

3. ¿Qué actividades hacen las mujeres dentro de la casa?

Grupo Ixil

- SJC y CH: nosotras nos levantamos, encendemos el fuego, hacemos la masa, y luego torteamos. Después de comer lavamos los trastes y luego vamos al nixtamal y ya tenemos que pensar en el almuerzo y así. La cocina nunca termina. También barremos, lavamos ropa. En estos tiempos, como ya tenemos un trabajo, un cargo en una organización, nos levantamos y nos vamos sin desayunar y nos vamos a las comunidades y a veces no se puede hacer todo en el hogar, porque somos facilitadoras dentro las comunidades.

*Investigadora: la cocina es la actividad que más importancia le ponen y que además por no tener una estufa de gas como la conocemos les consume tiempo porque hacen todo no tienen muchas comodidades para ahorrar tiempo.*

- N: también lo mismo, yo veo que nosotras apoyamos a nuestra familia con nuestro trabajo de la casa, nunca se termina el trabajo hasta que morimos, esta el trabajo de la casa.

Grupo Quiché:

- SA: como estoy sola esta en la casa, mi hija me ayuda en la casa y mi hijo se va a trabajar para ganar sus centavos por que nos ayuda (económicamente) en la casa. Como yo tengo mucho trabajo visitando las comunidades, el oficio se queda. Cuando estoy en la casa también hago "petata".

*Investigadora: es una trenza, un tejido hecho de planta, se hacen de ella petates y sopladores es uno de los trabajos realizados en San Andrés.*

- SCQ: en mi casa, yo lavo, voy al nixtamal, tengo que cocinar, barrer y si hay reuniones en las comunidades me voy a dar las capacitaciones, si no tengo tiempo para hacer mis obligaciones, mi mamá las hace.
- Z: ella y su hija cuida sus animales, sus chivos, sus marranos, cocinan, compran, trapean, lavar ropa, trabaja con sus hijos e hijas para ganar dinero. Teje para vender y ganar dinero. Antes iba a cortar café también pero ya 5 o 6 años que ya no.

4. ¿Qué actividades hacen los hombres dentro de la casa?

Grupo Ixil:

- N: hay tres hombres, mi esposo y dos hijos. Mi esposo e hijos trabajan en el campo, cuando vienen del campo ya esta listas las bebidas, sus frescos. Cuando amanece otra vez comenzamos de nuevo con el trabajo, a cocer, lavar, barrer (las mujeres). Mi esposo siembra maíz, de enero a marzo y lo recogen en Diciembre y es para comer, tal vez se vende cuando se tiene mucho terreno, pero como nosotros estamos prestando no vendemos el maíz.

- También limpia la pelilla de caña, es decir, el sacate. Antes iba a trabajar con mi esposo a la costa en el trabajo del basurado, es decir, junta las hojas de la caña y lo ponen en una zanja.
- CH: el esposo siembra maíz sólo para comer también, y corta café en la costa sur, también hace lo de la caña, va a cortar.

Grupo Quiché:

- SA: los hombres en mi comunidad trabajan en el campo, siembra maíz, frijol y traen leña, ese el trabajo de nosotros los mayas por que no hay otros trabajos. El hombre también no tiene pisto y no tiene trabajo, así que también va a la costa a cortar café y caña.
- SCQ: mi hermano si trabaja en la capital vende helados y si el día no vende helados, entonces va a lustrar zapatos. El otro esta casado.
- Z: no hay hombres en mi casa pero en mi comunidad. Pero donde vivo ellos trabajan las milpas, frijoles, hacen la leña. También van a cortar a café y la caña.

5. ¿Sobre quién recae la responsabilidad económica para mantener a la familia?

Grupo No.1:

- SJC: en mi caso, yo soy la que lucha por conseguir para comprar las cosas de la cocina. Ahora que ya va para dos años que se murió mi papá, pues antes era mi papá. Cuando no tenia este trabajo, el trabajo de CONAVIGUA, se levantaba a las 5 A.M para tejer a las 6 en punto para conseguir para la comida. Pero ya no tejo por que no da tiempo.
- N: antes trabaja en las fincas con lo de la caña, entre los dos se ayudan con el dinero. Pero siempre que hay tiempo yo voy a lo del basurado (de la caña). También trabajaba como molindera y/o cocinera. La molindera es la que hace la comida de la gente, de los que trabajan en la costa, una es el que cuece sus frijoles y hace sus tortillas.
- CH: entre los dos. Si solo él trabaja no alcanza el dinero, dice. Antes también trabajaba como molindera y/o cocinera.

Grupo Quiché:

- SA: nosotras porque somos viudas. Nuestros hijos también nos ayudan. Ahora la vamos pasar bien con mi hija por que el varón nos ayuda mucho.
- SCQ: de mi hermano y de mi mamá hace escobas (pero no de plástico) y yo también.
- Z: solo ella y su hija.

6. ¿Cuál es el proceso para tomar las decisiones en mi casa?

Grupo Ixil:

- SJC: tomo decisiones con mi mamá, y con un hermano que vive en la capital le consulto el problema.
- N: discute con el esposo. No necesariamente lo discute con la familia, solo los dos.
- CH: solo con el esposo, ellos dos.

Grupo Quiché:

- SA: solita me toca, no tengo otra familia como mamá y papá.
- SCQ: los dos mi papá y mamá.
- Z: ella sola.

- **Tema: Liderazgo en mi comunidad**

7. ¿Cuántos grupos organizados conocemos en nuestra comunidad?

Grupo No.1:

- N: hay otras organizaciones pero no las conocemos. Solo CONAVIGUA, seguramente hay otros grupos pero no los conocemos. El año pasado MINUGUA estaba ayudando ahí en el pueblo pero se salieron. Solo las defensorías que están en los municipios y que apoyan a CONAVIGUA. Cada iglesia trabaja por separado, por ejemplo, no estamos de acuerdo con las iglesias evangélicas por que tratan mal a las compañeras de la organización. En cambio, la iglesia católica si nos ayudan cuando un proyecto o un trabajo donde buscamos coordinación.
- N: el alcalde está ahora en la municipalidad del FRG, y él no toma en cuenta a la organización y para el COCODE (Consejo Comunitario de Desarrollo) las personas conformaron directivas en una aldea rechazaron a las compañeras de CONAVIGUA. Y como se tiene que formar el COCODE, el alcalde está mandado su comisión con su gente a esa aldea, en donde están las compañeras de CONAVIGUA. Las compañeras de CONAVIGUA no quisieron entrar por que nosotros no dejamos la organización porque la mayoría de directivas son miembros del FRG y pura obligación también están metidos ahí.
- N: el alcalde quería saber cuántos eramos, y según él no tiene valor nuestra organización, pero nos defendimos le dijimos que no era así, que nuestro trabajo nunca termina, nos morimos y la organización ahí va estar. Por eso nos trata mal y habla mal de nosotras pero nosotras trabajamos para la gente aunque no sepamos leer y escribir, nos capacitamos en los talleres y así estamos conociendo nuestros derechos. Y aún así quería la lista de las compañeras de CONAVIGUA y se resintió por que no se la dimos.. No hay representantes de la comunidad en la alcaldía. No coordinamos ninguna actividad con el alcalde, ni con los alcaldes auxiliares porque no da proyectos, ni quiere nada que ver con

nuestro trabajo. El viejo alcalde (alcalde cívico) que llevaba 8 años si nos tomaba en cuenta, éste que acaba de entrar no nos toma en cuenta .

- N: también está Q'ANIL que es un grupo de jóvenes que los apoyan para que estudien y para el deporte. También esta en Nebaj el Movimiento Desarraigado donde tienen un vivero.
- SJC: esta las organizaciones OMIT, organización política que ofrece proyectos pero no cumple, ASODEC, ellos también se organizaron para proyectos para la vivienda, pero no se le ha dado todo a la gente a pesar que los necesitados de la vivienda que pagaron. Había antes una institución que se llama Alianza para el Desarrollo Juvenil Comunitario. Sí hay comités de escuela, en las comunidades hay alcaldes auxiliares.
- CH: hay una institución Proyecto Ixil para techo mínimo, tejas, también dan lavaderos y plancha para la cocina. Está la asociación Chajulense da proyectos para alimentarse como maíz, frijol, aceite para comer. También hay alcaldes auxiliares y hay comités de escuela, y de otros comités.

#### Grupo Quiché:

- Z: hay iglesias, católicas, evangélicas, comités de carretera, agua, luz, escuela. A veces llegan a los cantones los alcaldes auxiliares.
- SA: hay iglesias, católicas, evangélicas, comité de agua potable, de carretera, de escuela. También hay alcalde auxiliar.
- SCQ: hay también iglesias católicas, evangélicas y católicos. Ahora con la cultura maya ya no hay mucha gente. Hay muchos grupos, comités, grupos políticos CONIC, ACG, URNG, FRG, etc. En mi aldea si hay alcaldía auxiliar.

8. ¿En cuántos de esos grupos organizados participa más la gente?

#### Grupo No.1:

- N: en la iglesia católica y en el comité de la escuela.
- SJC: CONAVIGUA jala bastante gente pero el FRG también jala gente y esta presente en cada cantón por que allá en mi pueblo, por ejemplo, cada cantón tiene su representante que reúne a la gente, dicen que es comité pero no está legalizado. Sacan listado por cantón en cantón, entonces yo digo que tiene bastante gente, en cambio nosotros no tenemos en todos los cantones. Y si tiene más gente por que los manipula. El COCODE todavía no esta en mi comunidad así que no sé si tiene bastante gente por que ahora solo lo estan organizando en una aldea en Nebaj. Pero creo que hay más gente metida en la iglesia católica y también del OMIT y ASODEC ( que son las mismas personas que participan ambas organizaciones) antes tenía más gente y aunque vuelvan a ofrecer otros proyectos la gente vuelve a ir porque como ya dieron su dinero

todavía tiene la esperanza de que hoy si les van a dar sus láminas, sus terrenos. Comités de escuela van cuando las invitan a una reunión.

- CH: pero creo que hay más gente en la iglesia católica, también en CONAVIGUA, y la Asociación Chajulense.

#### Grupo No.2:

- SA: en los grupos religiosos. Cada quien con su religión. Pero en los comités no sé si participa más en la gente. Cuando el alcalde auxiliar junto con el alcalde de San Andrés (FRG) convoca a la gente a sus reuniones, ahí se junta mucha gente. Muchas veces para hablar mal de nosotras por que dice que como no tenemos que hacer nos vamos a reunirnos con otras mujeres, y también los junta para hablar mal de un grupo contrario al de él. En CONAVIGUA también hay mucha gente.
- SCQ: para mí, en la organización hay mucha gente. También en las iglesias evangélicas y católicas, en las escuelas también se reúne mucha gente.
- Z: en CONAVIGUA hay muchas mujeres. También en la iglesia católica y el comité de escuela, por ser las niñas y los niños por estar estudiando tienen la obligación de atender las necesidades de los niños y las niñas.

9. ¿Por qué razones gente participa más en esos grupos? o ¿Cuáles son las motivaciones por las cuales la gente le gusta ir más a esos grupos?

#### Grupo Ixil:

- N: en los grupos del FRG por que ofrecen cosas, proyectos. Y la iglesia católica reúne gente porque es muy grande y sobre todo cuando hay muchas actividades como fiestas (patronales) y casamientos.
- SJC: en los comités de escuela, ve que se preocupan porque estudien sus hijos e hijas, van cuando mandan un papelito para una reunión. También va mucha gente a la iglesia católica por las fiestas, misas y actividades.
- CH: mira que en la Asociación Chajulense tiene más gente porque son por los proyectos y si cumplen por que dan, por ejemplo, un quintal de maíz, una arroba de frijoles, aceite.

#### Grupo Quiché:

- SA: en la iglesia católica porque a cada uno le gusta mucho su religión. En el caso de los alcaldes (FRG) la gente va porque le da cosas a la gente cuando se reúne en la escuela, porque da incaparina, banana.

- Z: hay más gente en la iglesia católica porque esta trabajando junto CONAVIGUA. El padre le dice a la gente que tiene dos oportunidades de aprender: las cosas de la iglesia y para compartir talleres, las capacitaciones y las charlas que da la promotora de Zacualpa. Ella (la promotora) dice que a la gente le gusta ir mucho a las charlas porque les gusta la idea, el taller, y porque se trabaja por la lucha de las mujeres y las mujeres ya no quieren volver otra vez a los tiempos de 81,82,83 por que es muy peligroso volver.
- SCQ: creo que la iglesia evangélica le gusta ir a la gente porque piensa que así van a dejar el guaro, el cigarro hasta las drogas como marihuana y cocaína. Ellos solo reciben la palabra de Dios y no reciben otra cosa en las iglesias, ni pisto, ni nada.

10. ¿Cuántos líderes o lideresas existen que sean reconocidos por la comunidad?

Grupo Ixil:

- N: yo en Nebaj, muchas compañeras vienen conmigo a preguntar por las reuniones, ya saben el cargo que tenemos cada una. También conocen a los del grupo del Movimiento Desarraigado y a los FRG, en especial el alcalde de Nebaj y a un señor que está metido en varios comités.
- SJC: si, mis vecinos, la comunidad me conocen por mi trabajo, ya saben, van a preguntar. El alcalde de San Juan Cotzal también lo conocen, el padre y la señora que dirige el OMIT.
- CH: sí saben en Chajul que es lo que hago. También conocen a los miembros del FRG y el alcalde de Chajul.

Grupo Quiché:

- SA: las personas conocen a los comités, a sus miembros de URNG y el FRG, el alcalde. También a las CONAVIGUA nos conocen bien.
- SCQ: los comités de comunidad, alcalde auxiliar, catequistas, pastor de la iglesia evangelica, promotor de centro salud, comadronas por que trabaja con la mujeres embarazadas, sacerdote maya por que trabaja en la comunidad, nosotras (CONAVIGUA).
- Z: las personas conocen URNG, FRG, en los dos hay bastante gente.

11. La mayoría de líderes de las organizaciones que conoce la gente, en general, ¿Son hombres o mujeres?

Grupo No.1:

- N: no hay mujeres en las alcaldías, son más hombres y en CONAVIGUA son mujeres.

- SJC: alcaldes y alcaldes auxiliares son hombres, no ha habido nunca mujeres. En CONAVIGUA si hay jefas.
- CH: son hombres los que hay en las alcaldías y en CONAVIGUA son mujeres.

Grupo No.2:

- SA: en el partido del FRG y el alcalde son puros hombres, dicen que las mujeres no tenemos derecho, que no sabemos nada, no les gusta la cultura maya a los miembros del FRG.
- SCQ: los pastores son hombres, los catequistas son revueltos hombres y mujeres, los cómites de la comunidad son hombres y las directivas de CONAVIGUA son mujeres, sacerdotes mayas hay hombres y mujeres.
- Z: en la URNG son revueltos también, hay mujeres y hombres. En el FRG son hombres y mujeres también.

12. ¿Cuál es la función de estos líderes o lideresas dentro de la comunidad?

Grupo No.1:

- N: el trabajo en CONAVIGUA cuando hay un problema más importante y serio, coordinamos con las compañeras en las aldeas, si no lo es nos quedamos en una persona nada más. Así como yo, yo soy de la directiva municipal de Nebaj, y las compañeras vienen de las aldeas, yo las apoyo a ellas en sus problemas, así como acompañarlas con los jueces de paz, de familia. Un problema más serio lo comunicamos con las demás personas.
- N: Lo que hace el alcalde, esta reuniendo a 500 mujeres, por que se dio cuenta que mucha gente no lo quiere ya como alcalde, así que les dijo a estas mujeres que le ayudaran para que no lo sacaran de la alcaldía.

*Investigadora: solo se hace proselitismo, no hace nada concreto en las comunidades.*

- SJC: En CONAVIGUA, la función de nosotras es ir a capacitar, dar charlas, ir a compartir con los demás los temas que a nosotras nos dan aquí en Chitutul.
- SJC: en mi municipio hay un señor que es un vecino mío, que reúne a la gente, dice que es comité pero esta legalizado. Solo reúne a los vecinos que están con el FRG y les ofrece alimentación como incapacarina, arroz. Dicen que una institución fue a sacar maíz, frijol, dice que al principio les había prometido un quintal pero solo les dio 50 lbs. Cuando empezaron a hablar del resarcimiento, el hizo una lista de los que apoyaron al FRG les dice que les va a dar algo para alimentarse.

Grupo Quiché:

- SA: los FRG también regalan cosas como incaparina y ofrecen el pisto para las patrullas. Por el interés y la necesidad sigue a una persona que le ofrece unos sus centavos. Yo no miro trabajo en San Andrés por parte del alcalde.
- SCQ: en mi comunidad, en cambio, el alcalde aunque es del FRG esta trabajando por las personas. Por ejemplo ahorita se empezó a construir una escuela. Pero también compra votos en las elecciones pero ahora esta dando caminos, escuelas, yo si miro que esta trabajando allá en Santa Cruz.
- Z: cuando antes no estuvo el FRG habian tanta gente en CONAVIGUA pero cuando ellos llegaron se fueron con ellos. Por otro lado, lo que hacen además los comités es decidir que castigos o que hacer con la gente que roba o daña alguien en la comunidad. Lo que hacen los FRG es ofrecer el pago de los patrulleros, esta regalando comida para solo sus afiliados. Por que el alcalde de Zacualpa es de ese partido.

13. ¿Por qué razones ese hombre o mujer es considerado un líder y/o lidereza en su comunidad?

Grupo Ixil:

- SJC: cuando reúne gente, o forman una organización, hay nos damos cuenta que es una jefa o un jefe en la comunidad.
- CH: mira que sabe leer y escribir, ahí en donde se da cuenta que es un jefe o una jefa.
- SJC: hay personas que ofrecen cualquier cosa. Por ejemplo hay una señora que ofrece techo mínimo, la gente por eso la sigue por la necesidad, pero no es cierto, pues hace cinco años se empezó con esa organización. Primero se empezó varios proyectos: reunió a 200 personas pero no para dar charlas y capacitaciones sino para aprovecharse de la gente por que les cobra algo de dinero por lo del techo mínimo. Ella nunca ha cumplido pues nunca hemos visto el techo mínimo, según ella que dentro de 15 días viene, así hace 6 meses. También ofreció viviendas y al parecer la gente le dio Q.250.00 cada una pero ahí está que nunca han visto nada. Y con el tema del resarcimiento es peor, porque hasta la radio fue anunciar que ya se les va pagar, que ella habló con Rosalina y que vio cuando le dieron el dinero. Esta señora es muy mentirosa y creo que la gente ya dio cuenta pues ya no le llegan mucha gente a las reuniones.
- SJC: en el caso de CONAVIGUA, la gente sigue con ella porque les gusta las ideas sobre varios temas, también tenemos un comité de mujeres que ya tenemos años, es cierto que CONAVIGUA no da el proyecto, pero coordina y

busca como hacer un proyecto. Por ejemplo, hay un proyecto en Cotzal que se llama proyecto Ixil, una señora de CONAVIGUA hizo una solicitud para tejas en vez de láminas y se han logrado que 10 mujeres tengan ya sus tejas. También ha logrado un proyecto para dar planchas para cocinar, lavaderos, alimentos para repartir como maíz, frijol y aceite. Hay un vivero donde hay papa, coliflor, brócoli y zanahoria. Así, los miembros y miembros de CONAVIGUA buscan sacar proyectos en otras instituciones, aunque no sepan leer y escribir pero piden favores para hacer las solicitudes. Coordinamos sobre todo con los comités para lograr los proyectos.

Grupo Quiché:

- SA: porque el alcalde dió buenas ideas y porque dió cosas, por la incaparina y la banana. En mi caso, la gente me considera líder porque yo le doy buenos mensajes, yo soy la encargada de decidir en que proyectos nos metemos, yo voy a escuchar con otros grupos que ofrecen y si es bueno nos vamos y si no es bueno no nos vamos.
- Catarina: todos los catequistas, pastores, promotores de salud, comadronas son líderes por que se dirigieron a un grupo de gentes. Una promotora es líder de CONAVIGUA porque hay un grupo de personas que se trabaja con ellas.
- Z: la gente ve que los FRG son líderes porque les dicen que por medio del resarcimiento que están ofreciendo dinero para sus casas que se quemaron en el tiempo de la violencia y tiene que sacar listas y cobran de Q5.00 a Q10.00 para estar en la lista y lo hacen por lo del resarcimiento. La gente ve a la compañera de Zacualpa como líder porque comparten las ideas en su comunidad y porque da capacitaciones con las mujeres.

14. ¿Usted está de acuerdo que esa persona sea líder y/o lidereza dentro de su comunidad? Y ¿Por qué?

Grupo Ixil:

- N: no estoy de acuerdo con el alcalde, ni con los de su partido, solo ofrecen y no cumplen, si estoy de acuerdo con el cura por que si apoya a CONAVIGUA.
- SJC: no estoy de acuerdo con el alcalde porque ha engañado a la gente, porque en su campaña política dijo que él iba decir cuanto se gastaría en proyectos y hasta ahora no he visto nada, ni con la señora del OMIT porque ella hace lo mismo que el alcalde, con el cura sí.
- CH: con el pastor de mi iglesia sí y él está de acuerdo con lo que hago en CONAVIGUA. Yo no estoy de acuerdo con el alcalde de Chajul, ni con su gente y con el Comité Chajulense sí estoy de acuerdo.

Grupo Quiché:

- SA: no estoy de acuerdo alcalde de San Andres, ni con los alcaldes auxiliares, por que nos mentirosos y además les cobra a la gente necesitada Q10.00 hasta Q20.00 por estar en la lista. Con el cura si estoy de acuerdo con el padre porque es buena gente.
- SCQ: yo si estoy de acuerdo con el alcalde auxiliar y con el alcalde de Santa Cruz también estoy de acuerdo, veo que si hacen proyectos allá en Santa Cruz.
- Z: yo no estoy de acuerdo con los alcaldes, ni con los alcaldes auxiliares. Con el padre porque es buena gente.
- **Tema: Liderazgo en la organización**

-Desde las bases

15. ¿Alguna vez ha participado en la votación para elegir de representantes de directivas locales?

Grupo Ixil :

- SJC: en el caso mío me eligieron fue por que otras personas fueron y les dijieron a las personas de CONAVIGUA que necesitaban un representante de Cotzal, y las miembros de CONAVIGUA tenian confianza en mí y me preguntaron que si podía venir a la capital a representar a mi comunidad y también porque sabía leer y escribir.
- CH: a ella también la eligieron así. Mucha gente vino y pidió que si ella podía ser la representante de Chajul y luego las compañeras de CONAVIGUA le preguntaron si queria ser la representante.

Grupo No. 2

- María: sí
- Catarina: no
- Juana: sí

16. ¿Qué requisitos debe tener una persona que quiera ser representante local?

Grupo Ixil:

- SJC: la gente se da cuenta que para votar por alguien, miran que la persona de su tiempo para asistir a reuniones, pues mucha gente piensa que ir a las reuniones y a las capacitaciones pierde el tiempo uno. Mucha gente que puede leer y escribir, que puede hablar bien la castilla pero ellos van por un sueldo por dinero, por interés, por ejemplo la compañera de Chajul y la compañera de Nebaj han participado a las reuniones en su comunidad como las de la capital aunque solo les pagan su pasaje, su comida. Por esa razón la gente nos tiene confianza.

Grupo Quiché:

- SA: queremos una persona que participe en las reuniones, que lleven ideas nuevas, que siga adelante con el trabajo, no queremos volver atrás. Que cuiden a las comunidades, que inviten a la gente a las reuniones, que les recuerde a nuestros hijos e hijas la historia que pasamos.
- SCQ: seguir el trabajo, tiene que continuar las directivas, que no solo se cumplan con un trabajo y ya se separe el grupo, si no que continúe, que amplíe las ideas sobre los derechos de las mujeres.
- Z: el trabajo de una directiva local, es para unir el trabajo de las mujeres, para evitar que se vuelvan a la violencia que pasamos en los años de los ochenta, tiene que ser multiplicadoras del trabajo de CONAVIGUA.

17. En su opinión, ¿Qué es lo que motiva a las demás compañeras a votar por alguna candidata para representante de directivas locales?

Grupo Ixil:

- N: porque vieron su participación dentro de CONAVIGUA durante 16 años y porque vieron que ella da su tiempo para ir a dar y recibir las capacitaciones y a las reuniones.
- SJC: en mi caso, las otras personas vieron que dentro del grupo casi nadie puede leer, ni escribir entonces que me eligieron a mí porque yo sí puedo leer y escribir un poco.
- CH: la eligieron porque ella da su tiempo para participar en las reuniones.

Grupo Quiché:

- Z: por que pueda hablar bien, por que se recuerde de la causa de la raíz del dolor que pasamos, que la gente le tenga confianza.
- SA: que se le vea cara de buena persona, activa para hablar, que no tenga miedo, que sea trabajadora.
- SCQ: una persona que no tenga vergüenza para hablar, porque trabaje bien, que quiera compartir más con la comunidad, compartir su sufrimiento, que su palabra sea verdadera, que no sea mentirosa.

18. ¿Alguna vez ha participado en la votación para elegir de representantes de directivas municipales?

Grupo Ixil:

- N: sí
- SJC: sí
- CH: sí

Grupo Quiché:

- SA: allá en San Andrés sí, yo estoy en una directiva municipal.
- Z: sí he participado para elegir representantes de la directiva municipal y también estoy en directiva municipal.
- SCQ: No.

19. ¿Qué requisitos debe tener una persona que quiera ser representante municipal?

Grupo Ixil:

- N: que sea una persona activa para un cargo, que coordine bien. En mi caso porque la gente me tiene confianza.

Grupo No.2:

- Z: lo que quiero para una directiva es que las miembras no pierdan a las personas. Que convengan a las otras personas que se fueron con otras organizaciones que solo los engañan de que vuelvan a la organización.
- SA: en San Andrés hay 8 directivas municipales, y miro que deben de hacer es crear más directivas municipales por ellas solas no pueden con todo el trabajo, hay que organizar a la gente, que las directivas tengan ideas, que sean organizadas.
- SCQ: yo no se nada sobre ellas, sobre las directivas municipales. No se cual es el trabajo de las directivas municipales

20 En su opinión, ¿Qué es lo que motiva a las demás compañeras a votar por alguna candidata para representante de directivas municipales?

Grupo Ixil:

- N: en Nebaj ven que las representantes tengas más ideas, que se capaciten en CONAVIGUA, la capacidad, la participación, que tenga el tiempo la gente agradece que nosotras vayamos a las reuniones que tengamos ese tiempo, nos motivan a que el trabajo siga.

- CH: allá en Chajul están muy agradecidos que ella participe en las capacitaciones.

Grupo Quiché:

- SA: porque la gente sabe que no soy enojada para hablar por eso creo que me eligieron. También por que tengo buen modo, doy mi tiempo, aunque se cansa uno pero el trabajo debe seguir, que no se queda, porque ya no queremos volver en el 81, 82, 84. Estamos aquí por nuestra vida, por nuestra voluntad, por no querer que vuelva (el conflicto, la violencia), por querer que nuestras hijas sigan nuestro trabajo.
- Z: lo mismo, la gente vio que doy mi tiempo, lucho, estoy por que no queremos volver a lo mismo.
- Catarina: yo no he sido de directiva municipal pero si votara, lo haría por una persona que lo hace por la voluntad, no por dinero, para captar ideas, para compartir con la gente, transmitir la idea de nuestros derechos.

-Desde la asamblea

21. ¿Alguna vez ha participado en la votación para elegir de miembras de la Junta Directiva?

Grupo Ixil:

- Las tres han votado para junta directiva nacional.

Grupo Quiché:

- Las tres han participado para la asamblea general

22. ¿Qué requisitos debe tener una candidata para ser miembra de la Junta Directiva Nacional?

Grupo Ixil:

- SJC: se necesita ser una persona activa, coordina bien el trabajo.
- N: votamos por la representante de Cotzal para Junta Directiva Nacional -JDN- por que es persona que trabaja mucho, por que lleva los objetivos y las informaciones de la JDN a las comunidades de Nebaj, de Chajul y de Cotzal, por que la gente tiene confianza en ella. Por que es una persona responsable.

Grupo Quiché:

- SA: debe saber el modo para hablar activa, por que ya la gente la conoce, tiene que compartir la información con las personas, siguen adelante con el trabajo, que sepa escuchar. Yo si creo que puedo ser candidata para Junta Directiva Nacional, yo se que tengo derecho pero lo que pasa es que la letra (escritura) es

muy importante para ser candidata por que algunas cosas hay que apuntarlas para recordarse.

- SCQ: por ejemplo, con Rosalina, ella quiere que la cambien (para dejar el puesto de presidenta a otra persona) pero la gente no quiere cambiarla por que es buena gente, por que trabaja bien, habla bien. Creemos que no tenemos otra persona que pueda con lo que Rosalina hace. Nosotros queremos ser parte de Junta Directiva Nacional pero no hablamos bien el idioma español.

23. En su opinión, ¿Qué es lo que motiva a las demás compañeras a votar por alguna candidata para ser miembro de la Junta Directiva Nacional?

Grupo Ixil :

- Investigadora: las tres estuvieron en total de acuerdo cuando se les pregunto si los requisitos anteriores (ver respuesta de la pregunta No.22, Grupo Ixil) constituian los motivos por los que las demás compañeras del área Ixil escogieron, en este caso, a la representante de San Juan Cotzal, quien es actualmente miembro de la junta directiva.

Grupo Quiché:

- SA: por ejemplo por Rosalina voto por ella porque el trabajo lo hace bien, trabaja chulo, salió bien, sabe hablar bien el español, porque tiene bonito carácter, por que sabe leer y escribir.
- Investigadora: las otras dos personas también asintieron que esa era la razón de porque escogerian a una persona.

24. ¿Cuánto tiempo tiene de participar dentro de CONAVIGUA?

Grupo Ixil:

- N: ya voy a cumplir 16 años
- SJC: 8 años, dejo de participar un tiempo para trabajar a la capital y la finca y luego cuando regrese a Cotzal empece otra vez a participar.
- CH: 2 años

Grupo Quiché:

- SA: 15 años
- SCQ: yo no se porque crecí con mi mama, cuando ella iba a las reuniones de CONAVIGUA pero como promotora tengo un año.
- Z: cuando nació CONAVIGUA, voy para 16 años.

## ANEXO 2

### Estrategia para Codificación de Textos

Organización o grupo a cargo de elaborar el mensaje: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

#### 1 ) Objetivos

¿Qué se desea lograr con el mensaje que queremos comunicar? ¿Qué deseamos comunicar? ¿Para qué?

#### 2 ) Descripción de los destinatarios (as):

-¿Son hombres o mujeres? ¿O son ambos?

-¿De qué edad?

-¿En dónde habitan?

-¿Qué idioma hablan?

-¿Saben leer?

-¿Saben escribir?

-¿Asistieron a la escuela? Y ¿Hasta qué grado cursaron?

-¿Están casadas, solteras, viudas (as) o acompañadas?

-¿Tienen hijos e hijas?

-¿Qué ocupación tiene? ¿Qué hacen para vivir o en qué se ocupan durante el día? (Aquí si se desea pueden contar con detalles un día en la vida de una persona a quién queremos comunicarnos).

-¿Cuánto ganan al día, al mes o la quincena? (se puede utilizar un dato aproximado).

### **3) Descripción del Organización o grupo que desea comunicar:**

- ¿Cómo es la organización?

Es decir, todo lo que se pueda informar sobre la organización a cargo de producir el mensaje. Ej; si es un grupo abierto, cerrado, sabe lo que quiere pero aun así está abierta a sugerencias, etc. En este apartado, se puede ahondar en las misión y visión de la organización.

- ¿Qué se percibe sobre el tema? (Es recomendable describir los códigos arraigados a la percepción del comunicador y de la organización).

### **4) Definición de Contenidos**

- ¿Cuáles fueron los resultados de la pre-alimentación con la población?

-Código Perceptivo:

-Código Asociativo:

-Código Experiencial:

-Código Ideológico:

- ¿Cuál es la técnica que vamos a emplear?

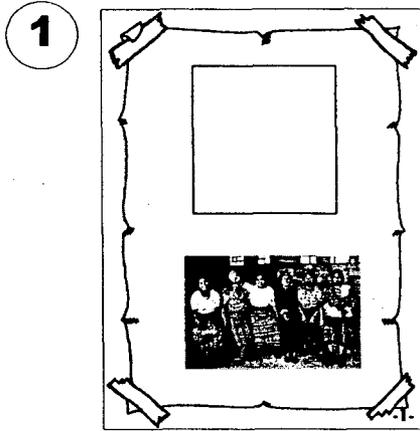
En este apartado se pretende definir la forma del mensaje, así como los instrumentos y/o técnicas para redactar diálogos, textos, etc como: el guión, story board y otros. Además es importante anotar el "estilo" del mensaje, es decir si se enfatizará más en presentarlo bajo un enfoque de seriedad, drama, humor, etc.

- Redactar la sinopsis

En este enunciado, se redacta en forma general un relato o historia en la cual sintetiza la base del mensaje que deseamos comunicar. Luego en la producción se selecciona y combinan la base del mensaje. Aquí se describen a los personajes o actores que se encontrarán a lo largo de la historia. Esta sinopsis se debe discutir, ampliar con los criterios de la organización.

### ANEXO 3

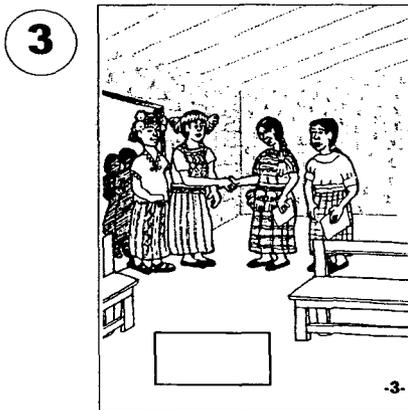
#### Esquema general sobre los contenidos del folleto



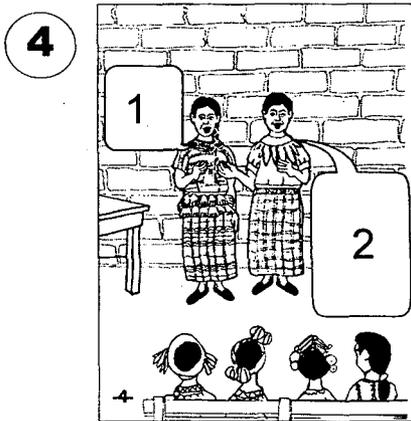
La presentación del folleto



El Encuentro



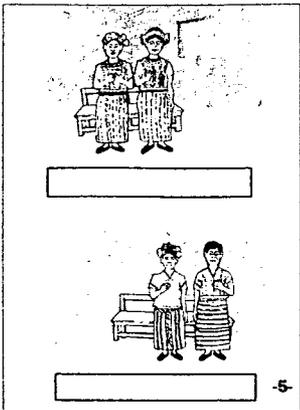
Promotoras Ixil y  
Quiché:  
Bienvenidas, compañeras.  
Pasen adelante...



- 1 Buenos días, compañeras.  
Mi nombre es Teresa y vivo en el municipio  
de San Juan Cotzal.  
Bienvenidas.
- 2 Buenos días, mi nombre es Catarina y  
vivo en el municipio de Santa Cruz del  
Quiché.

Teresa y yo venimos a compartir los temas  
sobre lo que significa ser LIDEREZA y lo  
que significa el LIDERAZGO.

5



**Grupo Ixil:**  
 Buenos días compañeras, mi nombre es Juana Gallego y mi compañera se llama María Bernal. Yo vengo del municipio de Nebaj y María Bernal viene del municipio de Chajul. Nosotras hablamos Ixil.

**Grupo Quiché:**  
 También tengan buenos días compañeras, mi nombre es María y mi compañera se llama Juana Calachij. Yo vivo en el municipio de San Andrés Sajcabajá y Juana viene del municipio de Zacualpa. Nosotras hablamos el idioma Quiché.

6



**Teresa Promotora Ixil:**  
 Gracias compañeras. Ahora que todas sabemos nuestros nombres vamos a empezar el taller con un ejercicio en grupo.

Cada grupo va a recortar y pegar las fotos de las personas que nosotras consideremos que sean líderes y lideresas.

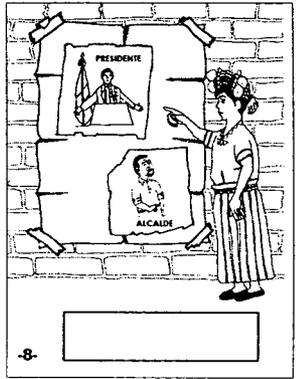
7



**Juana Gallego:**  
 Nosotras somos el grupo Ixil y pensamos que las lideresas son personas como: Las promotoras, Rigobertha Menchú y Rosalina Tuyuc.

Creemos que las promotoras somos lideresas porque trabajamos con grupos de mujeres y estamos llevando ideas sobre nuestros derechos humanos a las comunidades.

8



**María Ujer:**  
 Buenos días compañeras, nosotras las representantes del grupo quiché vemos que además de las compañeras promotoras, hay otros líderes como el presidente, los del gobierno, los alcaldes municipales y los alcaldes auxiliares.

9



Teresa Gracias compañeras por su Promotora exposiciones.  
Ixil: Ahora veamos el significado de la palabra lidereza:

10



Teresa Existen 3 formas básicas Promotora de ser de una lidereza: Ixil:

11



Teresa Promotora Ixil:  
La primera forma de ser de una lidereza, es la lidereza AUTORITARIA.  
Ella es una persona que le gusta mandar, sólo piensa en ella y no deja que los demás hablen. Las personas no le tienen confianza.

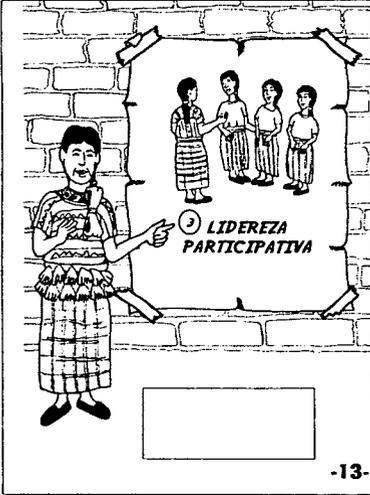
12



Teresa Promotora Ixil:  
La segunda forma es la LIDEREZA PASIVA.

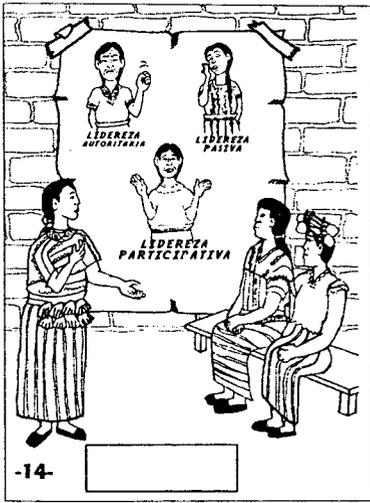
A la lidereza pasiva no le preocupa el trabajo, ni le preocupan las personas del grupo. Tampoco le interesa resolver los problemas que surgen en las comunidades. Ella deja hacer a las demás personas lo que deseen y no le gusta tener reponsabilidades.

13



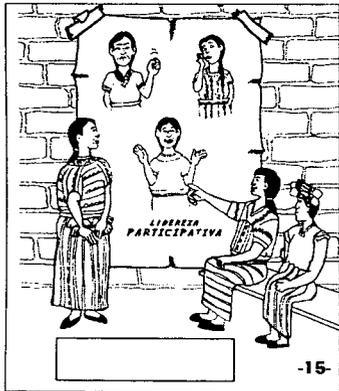
Teresa  
Promotora Ixil:  
La tercera forma de ser de una lidereza, es la lidereza DEMOCRÁTICA o PARTICIPATIVA. La lidereza participativa es una mujer activa para trabajar y toma en cuenta las ideas y opiniones de las demás personas. La gente le tiene confianza.

14



Teresa  
Promotora Ixil:  
Ahora les pregunto, de estas tres formas ¿Cuál es la forma que nosotras como promotoras ponemos en práctica?

15



Juana Calachij:  
yo creo que somos liderezas participativas, porque nosotras como promotoras vamos a las comunidades a capacitar, damos nuestro tiempo para ir a las reuniones, escuchamos a las personas y la gente nos tienen confianza.

16



Teresa  
Promotora Ixil:  
Es verdad, las promotoras somos liderezas participativas. Ahora hablemos sobre las cosas que hace una lidereza: La lidereza ORIENTA a las personas. Por ejemplo, las promotoras orientamos a través de los talleres que compartimos con las comunidades. También orientamos por medio del trabajo de acompañar a otras compañeras a los juzgados como los juzgados de familia y de pcz.

17



Teresa  
 Promotora Ixil:  
 La lidereza ORGANIZA.  
 La palabra organizar significa ORDENAR las actividades dentro del grupo y los recursos que se tienen. Un ejemplo de organizar, lo vemos cuando la promotora llama a la gente y forma grupos para que todas las personas trabajen en algún proyecto.

18



Teresa  
 Promotora Ixil:  
 La lidereza COORDINA.  
 La palabra coordinar significa compartir el trabajo dentro el grupo. También la lidereza trabaja con otras personas de otros grupos para llegar a realizar algún proyecto que ayude a todas las personas de la comunidad.

Por ejemplo, en un taller las promotoras compartimos las tareas y así todas participamos.

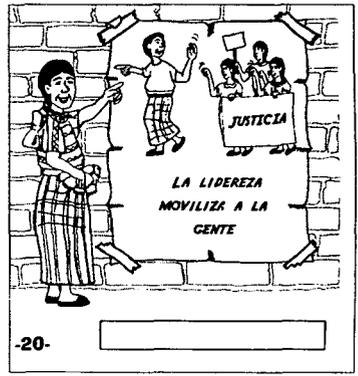
19



Teresa  
 Promotora Ixil:  
 La lidereza ADMINISTRA. La palabra administrar significa cuidar y ahorrar los recursos materiales como el dinero y los materiales para el taller.

También significa aprovechar los recursos humanos, las ayudas de otras instituciones y las ideas de las personas dentro de la comunidad.

20



Teresa  
 Promotora Ixil:  
 Y por último la lidereza MOVILIZA.  
 La palabra movilizar significa motivar a las personas a que participen de forma activa en todas las actividades que realicemos.

Por ejemplo, nosotras como promotoras nos preocupamos que las personas asistan a las reuniones y que participen en las actividades.

21



Teresa  
Promotora Ixil:

Después de hablar sobre lo que hace una lidereza, hablemos sobre las cosas que ayudan a una persona a ser una lidereza participativa: la lidereza busca la COMUNICACIÓN con el grupo.

María Bernal:

Es verdad, las promotoras somos comunicadoras porque llevamos los mensajes a las comunidades.

23



Teresa  
Promotora Ixil:

La lidereza debe saber qué proyectos quiere lograr el grupo. Debe entender bien los objetivos del grupo.

22



Teresa  
Promotora Ixil:

La lidereza escucha a las personas del grupo y no tiene miedo al hablar.

24



Teresa  
Promotora Ixil:

También la lidereza es una persona segura de lo dice y de lo que piensa.

Por ejemplo, las promotoras tenemos CRITERIO PROPIO porque tenemos ideas propias y defendemos nuestras opiniones. Además, demostramos nuestro acuerdo y desacuerdo en una reunión.

25



Teresa  
Promotora  
Ixil:

La lidereza es una persona luchadora, una persona que sigue el trabajo de compartir ideas a través de talleres en las comunidades. También es una persona que lucha para que las comunidades no regresen a los tiempos de violencia.

Ahora, Catarina les hablará sobre lo que significa el liderazgo.

26



Catarina  
Promotora Quiché:  
Gracias Teresa.

Antes de hablar, vamos a dibujar lo que significa para nosotras el liderazgo.

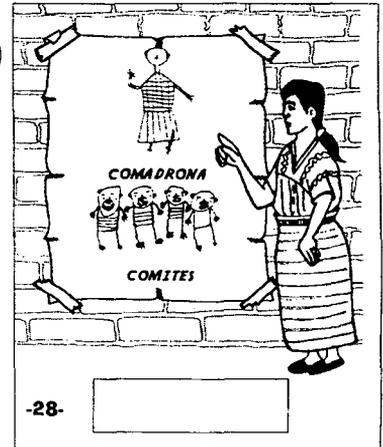
27



Maria Bernal:

Nosotras las ixiles pensamos que el LIDERAZGO es como las promotoras de CONAVIGUA, los alcaldes, el padre de la iglesia católica y el pastor de la iglesia evangélica.

28



Juana Calachij:

Para nosotras las representantes del grupo quiché pensamos que el liderazgo está en las mujeres de las directivas de CONAVIGUA, las comadronas, en los sacerdotes mayas y en los comites de agua, luz, carretera y escuela.

29

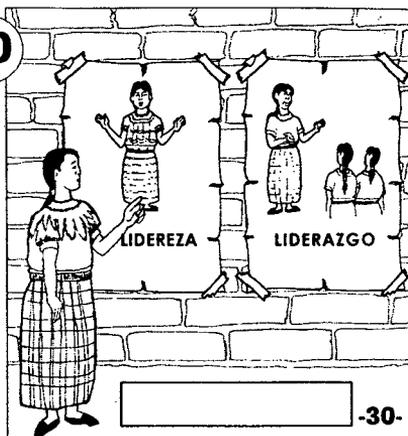


Catarina  
Promotora Quiché:

Gracias compañeras por su exposición.  
Como hemos visto en la comunidad hay muchas personas que tienen LIDERAZGO.

Cuando una persona tiene la CAPACIDAD para ORIENTAR, ACOMPAÑAR Y DIRIGIR a otras personas para el logro de objetivos comunes, decimos que esa persona tiene LIDERAZGO.

30



Catarina  
Promotora Quiché:

A la lidereza la podemos ver y tocar porque es una persona.

El liderazgo no es una persona es una CAPACIDAD. Esa capacidad la podemos sentir y percibir pero no la podemos tocar.

Por ejemplo, en mi comunidad hay una LIDEREZA que se llama Francisca. La gente percibe y ve su LIDERAZGO a través del trabajo que Doña Francisca hace por la comunidad.

31

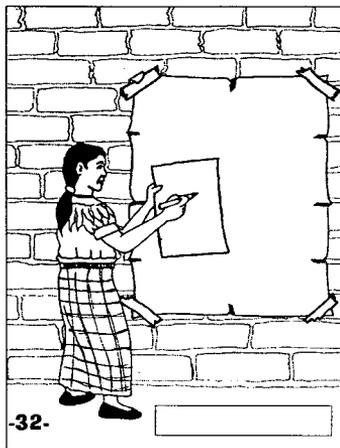


Catarina  
Promotora Quiché:

A veces en nuestras comunidades, las personas siguen a líderes y liderezas que ofrecen comida, dinero y viviendas a cambio de que participemos en los grupos de esos líderes y liderezas.

Nosotras creemos que los líderes y liderezas que se interesan por las personas además de preocuparse porque tengamos comida, dinero y viviendas, se preocupan más nuestros sentimientos. Los líderes y liderezas que son buenas personas NOS TOMAN EN CUENTA SIEMPRE Y NO NOS ENGAÑAN.

32



Catarina  
Promotora Quiché:

Para finalizar, en las siguientes hojas dibujemos o escribamos nuestra ideas sobre lo que entendimos en el taller:

**33**

1o. ¿Qué significa ser una LIDEREZA?

2o. Además de lo que vimos en el taller, ¿Qué otras cosas hace una LIDEREZA?

-33-

**34**

3o. Además de trabajar bien y no tener miedo para hablar ¿Qué otras cosas pensamos que debe tener una LIDEREZA?

-34-

Final del mensaje con la síntesis propia de las interlocutoras

**35**

4o. ¿Qué cosas debe evitar hacer una lidereza?

-35-

**36**

5o. ¿Que entendimos por LIDERAZGO?

-36-

37

60. ¿Qué podemos hacer para ser mejores LÍDEREZAS?

-37-

38



-38-

La Despedida

39



DIBUJO DE LA PROMOTORA DE SAN ANDRÉS SAJCABAJA Y SU GRUPO.



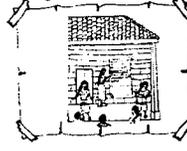
DIBUJO DE LA PROMOTORA DE ZACUALPA Y SU GRUPO.



DIBUJO DE LA PROMOTORA DE SAN JUAN COTZAL Y SU GRUPO.



DIBUJO DE LA PROMOTORA DE CHAUL Y SU GRUPO.



DIBUJO DE LA PROMOTORA DE SANTA CRUZ DE EL QUICHE Y SU GRUPO.



DIBUJO DE LA PROMOTORA DE NEBAJ Y SU GRUPO.

-39-

40

## BIBLIOGRAFIA

40