

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

Estrategia de comunicación para el Desarrollo  
dirigida al componente Juvenil de la Asociación de Mujeres Gente  
Nueva -Amugen-



Licda. Claudia Graciela López Cuat

Guatemala, noviembre de 2013

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

Estrategia de comunicación para el Desarrollo  
dirigida al componente Juvenil de la Asociación de Mujeres Gente  
Nueva -Amugen-

Licda. Claudia Graciela López Cuat

Guatemala, noviembre de 2013

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



Trabajo de graduación  
Estrategia de comunicación para el Desarrollo  
dirigida al componente Juvenil de la  
Asociación de Mujeres Gente Nueva -Amugen-

Presentado por:  
Licda. Claudia Graciela López Cuat

Previo a conferir el título:  
Magister Artium en Comunicación para el Desarrollo

Guatemala, noviembre de 2013

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

**Consejo Directivo**

Director	Lic. Julio E. Sebastián Chilín.
Representantes Docentes	Lic. Víctor Carillas M.A. Amanda Ballina
Representantes Estudiantiles	Néstor Aníbal de León Velásquez José Jonathan Girón Ticurú
Representante de los Egresados	Lic. Johnny Michael González Batres
Secretaria	M. Sc. Claudia Molina

**Consejo Académico de Postgrado**

Director	Lic. Julio Sebastián Chilín.
Directora de Postgrado	M.A. Aracelly Krisanda Mérida
Vocal 1	Dr. Ángel Valdez
Vocal 2	M.A. Amanda Ballina Talento
Vocal 3	M.Sc Sergio Morataya

**Tribunal Examinador**

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González

M.A. Ana Elisa Gudiel

M.A. Amanda Ballina Talento

M.A. Fernando Arévalo Yankos

## **Dedicatoria**

### **Virgen de Guadalupe**

Gracias por guiar mis pasos.

### **San Judas Tadeo**

#### **Abogado de las causas difíciles**

Gracias por su intercesión ante Dios para alcanzar esta meta.

### **Padres**

Rosa María Cuat de López

Rubén López Fuentes

Con amor y agradecimiento por todos sus sacrificios y esfuerzos realizados.

### **Hermanos**

Pablo

Erick y Cristian (Q.E.P.D.)

Gracias por tu paciencia.

Con amor.

### **Tía**

Ada Cuat

Con cariño y agradecimiento por brindarme tu apoyo durante este proceso.

### **Madrina**

Sonia Roldan

Gracias por su apoyo.

### **Asesoras**

M.A. Aracelly Mérida

Con agradecimiento por su asesoría y luchar junto a nosotras para concluir con este proceso.

M.A. Ana Elisa Gudiel

Por su apoyo y asesoría.

M.A. Eduardo Gularte

Por compartir sus conocimientos.

**Asociación de Mujeres Gente Nueva**

**-Amugen-**

Licda. Iris Isabel López

Licda. Evelyn Lucas

Srita. Fernanda Chan

Por su apoyo incondicional  
en la creación  
e implementa de la  
estrategia de comunicación.

**A mis amigas**

Yadira Montes

Candy Romero

Indira Franco

Su ayuda fue valiosa  
durante este proceso.

**A mis compañeras**

Gaby y Gabriela

Por la sororidad durante este  
Proceso.

Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable del contenido este trabajo.

# Índice

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Índice .....	1
Resumen .....	6
Introducción .....	7
Capítulo 1: Diagnóstico Situacional.....	8
1.1 Ubicación geográfica de la organización .....	8
1.2 Naturaleza de la organización .....	8
1.3 Objetivos Visión y Misión.....	9
1.4 Descripción de actividades .....	11
1.5 Actores .....	12
1.6 Organigrama .....	13
1.7 Perfil de los trabajadores .....	14
Capítulo 2: Fundamentos Epistemológicos .....	18
2.1 Comunicación para el desarrollo: de la gente, con la gente y para la gente. ....	18
2.2 Teoría de la Comunicación Alternativa .....	19
2.3 Extensión o Comunicación .....	21
2.4 Mediación pedagógica para la educación popular .....	22
2.5 Desarrollo humano .....	23
Capítulo 3: Metodología aplicada.....	25
3.1 Enfoque.....	25
3.2 Objetivo general .....	26
3.3 Objetivos específicos.....	26
3.4 Fuentes primarias.....	26
3.5 Fuentes secundarias .....	27
3.6 Actividades.....	27
3.7 Instrumentos (objetivos y tipo de análisis) .....	28
3.8 Población .....	29
3.9 Muestra .....	29
3.10 Método de análisis.....	29
Capítulo 4: Diagnóstico Comunicacional .....	31
4.1 Análisis de la comunicación interna.....	31
4.2 Análisis de la Comunicación Externa.....	37

4.3	Análisis de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	52
4.4	FODA .....	61
4.5	Análisis y pronóstico de la situación .....	63
4.6	Factores influyentes: directos e indirectos .....	64
4.7	Árbol de Problemas .....	67
4.8	Determinación de prioridades comunicacionales y situaciones ideales .....	68
4.9	Funciones de la Comunicación para la solución de problemas.....	68
Capítulo 5: Propuesta de Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....		70
5.1	Justificación.....	70
5.2	Objetivos de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	71
5.2.1	General .....	71
5.2.2	Específicos .....	71
5.3	Públicos.....	71
5.4	Propuesta .....	71
5.3.1	Matriz de coherencia para plan de comunicación .....	73
5.4.2	Plan de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	75
	<input type="checkbox"/> Problema.....	75
	<input type="checkbox"/> Objetivo de comunicación.....	75
	<input type="checkbox"/> Actividades.....	75
	<input type="checkbox"/> Resultados esperados.....	95
	<input type="checkbox"/> Presupuesto .....	95
5.4.3	Validación de la propuesta .....	96
5.4.4	Cronograma de la implementación de la propuesta.....	96
5.4.5	Plan de monitoreo y evaluación.....	97
Capítulo 6: Resultados.....		100
6.1	Validación.....	100
6.2	Implementación .....	101
6.3	Resultados Obtenidos .....	106
6.4	Resultado futuros .....	112
Conclusiones .....		113
Recomendaciones .....		114
Referencias Bibliográficas.....		115
E-grafías		116
Anexos .....		117
Anexo 1. Guía de entrevistas.....		118
Anexo 2. Guía de Observación .....		120
Anexo 3. Cuestionario a Integrantes de Amugen .....		122

Anexo 4. Guía para validar la Estrategia de CpD.....	124
Anexo 5. Guía para facilitadora taller de CpD.....	125
Anexo 6. Cuestionario para evaluar taller de estudiante.....	126
Anexo 7. Guía de validación de pelota.....	127
Anexo 8. Carta de solicitud de práctica a Amugen.....	129
Anexo 9. Carta de confirmación de práctica de Amugen.....	130
Anexo 10. Carta de validación e implementación de estrategia de CpD.....	131
Anexo 11. Carta orden de impresión.....	132

## Índice de Figuras

Figura	Página
Figura 1. Croquis de ubicación.....	8
Figura 2. Mapa de Actores.....	12
Figura 3. Organigrama.....	13
Figura 4. Logotipo de Primera Cumbre Nacional de Juventudes.....	43
Figura 5. Amugen Logo 1.....	46
Figura 6. Logo Amugen 2.....	46
Figura 7. Árbol del Problema.....	67

## Índice de gráficas

Gráfica	Página
Gráfica 1. Pregunta cuatro de cuestionario a integrantes de Amugen.....	31
Gráfica 2. Pregunta cinco de cuestionario a integrantes de Amugen.....	32
Gráfica 3. Pregunta seis de cuestionario a integrantes de Amugen.....	38
Gráfica 4. Pregunta 10 de cuestionario a integrantes de Amugen.....	41
Gráfica 5. Pregunta 3 de cuestionario a integrantes de Amugen.....	53
Gráfica 6. Pregunta ¿Qué aprendió del juego?.....	107
Gráfica 7. Pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre.....	108

## Índice de Imágenes

Imagen	Página
Imagen 1. Reunión Alianza contra la Violencia.....	45
Imagen 2. Presentación Amugen power point 1.....	47
Imagen 3. Presentación power point 2.....	47
Imagen 4. Volante de Amugen.....	48
Imagen 5. Ttrifoliar de Amugen 1. Antes.....	49

Imagen 6. Trifoliar de Amugen 2. Ahora .....	50
Imagen 7. Baner de Amugen .....	51
Imagen 8. Capacitación a integrantes de Amugen .....	56
Imagen 9. Capacitación en salud sexual y reproductiva .....	57
Imagen 10. Capacitación a Responsables de Centros de Readaptación .....	58
Imagen 11. Capacitación a jóvenes de Escuintla .....	60
Imagen 12. Valla Soy profesional .....	65
Imagen 13. Comunicación tradicional .....	76
Imagen 14. Funciones del emisor y receptor .....	76
Imagen 15. Otros elementos del proceso de la comunicación .....	77
Imagen 16. Información y Comunicación .....	77
Imagen 17. Comunicación y Comunicación para el Desarrollo .....	78
Imagen 18. Emisor y receptor en CpD .....	78
Imagen 19. El Mensaje .....	79
Imagen 20. Los códigos .....	79
Imagen 21. Medios o Recursos .....	80
Imagen 22. Referente .....	80
Imagen 23. Marco de Referencia .....	81
Imagen 24. El proceso de Comunicación para el Desarrollo .....	81
Imagen 25. Taller en CpD a integrantes de Amugen .....	84
Imagen 26. La planificación estratégica en la comunicación .....	85
Imagen 27. Etapas de la planificación estratégica .....	85
Imagen 28. La selección del tema .....	86
Imagen 29. ¿Dónde se realizará la capacitación o taller .....	86
Imagen 30. El tiempo .....	87
Imagen 31. ¿Cómo lo vamos hacer? .....	87
Imagen 32. Ejercicio de planificación de un taller y realización de guía .....	89
Imagen 33. Afiche de guía de planificación en Comunicación para el Desarrollo ..	90
Imagen 34. ¿Qué es validar? .....	91
Imagen 35. Criterios para validar desde la mediación pedagógica .....	92
Imagen 36. Creación del juego de términos de VIH .....	94
Imagen 37. Agenda Una voz contra el VIH .....	101
Imagen 38. Agenda de Primera Cumbre Nacional de Juventudes .....	102
Imagen 39. Control de tiempo por co facilitadora en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes .....	103
Imagen 40. Juego de la pelota en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes ...	104
Imagen 41. Explicación del término VIH avanzado por participantes .....	104
Imagen 42. Implementación y validación del juego de la pelota .....	105
Imagen 43. En el juego de pelota facilitadora disminuyó su participación .....	105
Imagen 44. Jóvenes realizando propuestas en VIH .....	106
Imagen 45. Juego de la Caja Caliente en la Primera Cumbre Nacional .....	109
Imagen 46. Sistematización del Juego de la Pelota .....	110
Imagen 47. Sistematización de Caja Caliente .....	111

## Índice de Tablas

<b>Tabla</b>	<b>Página</b>
Tabla 1. Personal Junta Directiva Amugen .....	14
Tabla 2. Personal sede central de Amugen .....	14
Tabla 3. Perfil de las trabajadoras.....	15
Tabla 4. Comunicador y perceptor de Mario Kaplún .....	19
Tabla 5. Las actividades que se realizaron: .....	27
Tabla 6. Del por qué de la pregunta 4 del cuestionario a integrantes de AGN.....	38
Tabla 7 Respuesta del por qué de la pregunta 7 a integrantes de Amugen .....	53
Tabla 8. FODA.....	61
Tabla 9. Interpretación interna FODA .....	63
Tabla 10. Interpretación externa FODA .....	63
Tabla 11. Prioridades comunicacionales y situaciones ideales.....	68
Tabla 12. Matriz de coherencia para plan de comunicación .....	73
Tabla 13. Metodología del taller de sensibilización a integrantes de Amugen .....	82
Tabla 14. Metodología para elaboración de guía de planificación estratégica en Comunicación para el Desarrollo.....	88
Tabla 15. Crear y validar juego de Pelota .....	93
Tabla 16. Presupuesto de actividades .....	95
Tabla 17. Cronograma de Actividades.....	96
Tabla 18. El Cambio Más Significativo.....	98
Tabla 19. Respuestas de las 10 preguntas para evaluar el taller .....	99
Tabla 20. Guía de validación que se utilizó en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes Salud Sexual y Reproductiva .....	100
Tabla 21. Respuestas a la pregunta ¿Qué aprendió? por jóvenes que participaron en Cumbre .....	107
Tabla 22. Respuestas a la pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre.....	108
Tabla 23. Guía de entrevista.....	118
Tabla 24. Guía de Observación.....	120
Tabla 25. Guía para validar estrategia de Comunicación para el Desarrollo.....	124
Tabla 26. Guía de facilitadora para taller para CpD .....	125
Tabla 27. Cuestionario para evaluar taller de Comunicación para el Desarrollo...	126
Tabla 28. Claridad de comprensión .....	127
Tabla 29. Reconocimiento e identidad cultural .....	127
Tabla 30. Capacidad Narrativa .....	127
Tabla 31. Formato .....	128

## Resumen

La estrategia de Comunicación para el Desarrollo es para el Componente de Juventudes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva -Amugen-, debido que la aplicación de instrumentos de investigación como el cuestionario, entrevistas, observación y FODA, estableció el desconocimiento en la temática de Comunicación para el Desarrollo, -CpD- en las integrantes del Componente de Juventudes Amugen.

Se identificó que el desconocimiento en CpD en las integrantes del Componente de Juventudes de Amugen, influye en que no planifiquen de forma participativa las capacitaciones a juventudes, por lo cual no tenían juegos participativos de aprendizaje.

Capítulo 1, contiene información general de Amugen, como ubicación geográfica, naturaleza de la organización, objetivos, visión, misión, actividades que realizan, organigrama y perfil de las trabajadoras. El capítulo 2, detalla fundamentos epistemológicos.

Capítulo 3, establece la metodología aplicada en el diagnóstico de comunicación como Enfoque, objetivo general y específico, fuentes primarias y secundarias, actividades, instrumentos, población y muestra.

Capítulo 4, describe como aplican en Amugen la comunicación interna, externa y para el desarrollo; FODA, factores influyentes: directos e indirectos, árbol de problemas, determinantes de prioridades y funciones de la comunicación para la solución de los problemas.

Capítulo 5, se diseña de forma participativa la estratégica de Comunicación para el Desarrollo, por lo que se establecen las líneas de acción en las cuales se trabajará, así como un plan de monitoreo y evaluación de la implementación.

Capítulo 6, establece los resultados obtenidos de la implementación de la estratégica de comunicación.

## Introducción

La estrategia se efectuó en la Asociación de Mujeres Gente Nueva, en la que se realizó e implementó la estrategia de Comunicación para el Desarrollo para el Componente de Juventudes de Amugen.

Esto debido a que los jóvenes son el presente y el futuro, de acuerdo con estadísticas del Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social a diciembre del 2012, hay cinco mil 420 jóvenes que viven con VIH, las edades comprendidas son de 11 a 28 años de edad.

Es por ello que la estrategia se basa en las siguientes tres líneas de acción: **Línea de acción No. 1.** Sensibilización en Comunicación para el Desarrollo a las integrantes del componente de juventudes de Amugen para la aplicación de CpD, esto para generar espacios de reflexión, diálogo y crítica; así como el empoderamiento de las juventudes para la prevención del VIH.

**Línea de acción No. 2.** Planificación de las capacitaciones de Amugen alrededor de la comunicación participativa para generar el involucramiento de las juventudes y crear una empatía en el tema del VIH.

**Línea de acción No. 3.** Construcción de un juego participativo en VIH que promueva la reflexión y debate entre las juventudes para que realicen propuestas y acciones en prevención del VIH en esta población.

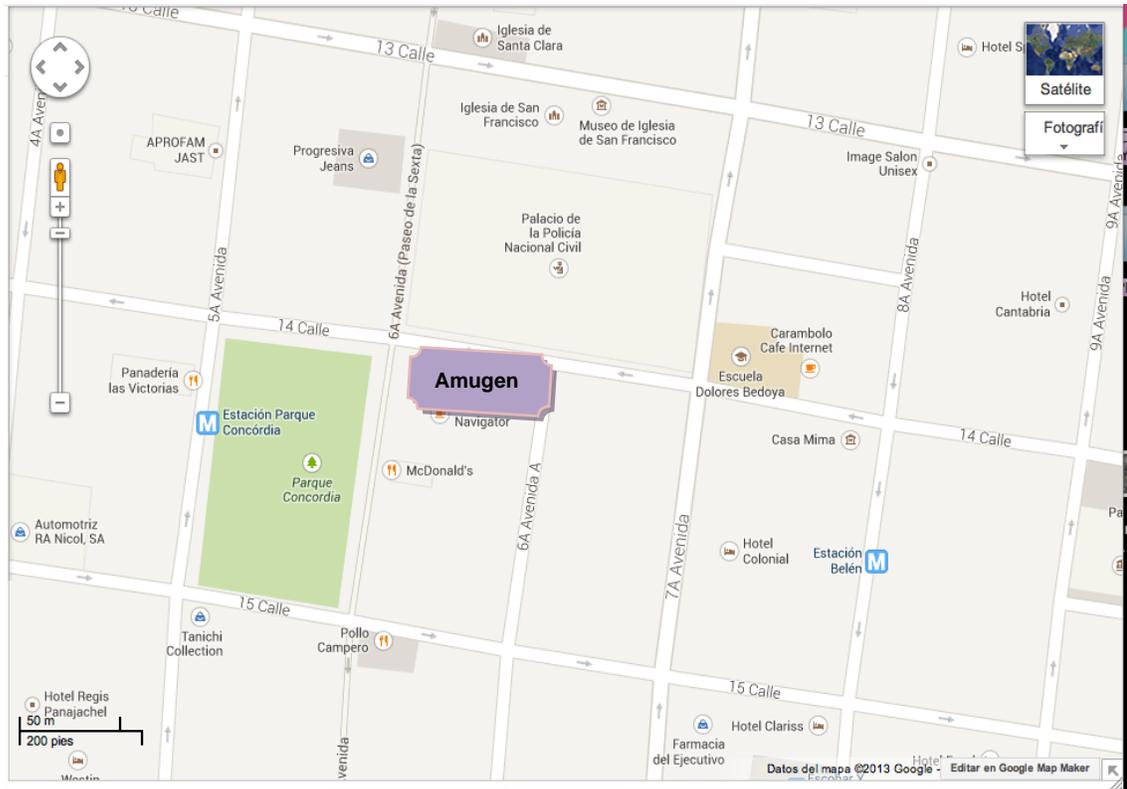
La estrategia se fundamentó en la Comunicación para el Desarrollo que tiene como base la participación, diálogo y transformación para lograr la equidad de las personas; así como la teoría de la Comunicación Alternativa, que se basa en Paulo Freire que señala que las personas no son objeto, que reciben dócil y pasivamente la información que otro les trasmite, sino que son sujetos con capacidad de reflexionar para la acción.

# Capítulo 1: Diagnóstico Situacional

## 1.1 Ubicación geográfica de la organización

Se trabajó con la Sede Central, ubicada en 14 calle 6-12 zona 1, Edificio Valenzuela, 2do. Nivel. Oficina 203.

Figura 1. Croquis de ubicación



Fuente: Google maps

## 1.2 Naturaleza de la organización

Asociación de Mujeres Gente Nueva, -Amugen- es una organización que apoya a mujeres que viven y conviven con VIH; así como víctimas/sobrevivientes de violencia intrafamiliar y sexual.

También brindan apoyo en temas de prevención y educación a través de capacitaciones, talleres, diplomado y becas de estudio para el empoderamiento de mujeres, para que puedan ejercer sus derechos sexuales y reproductivos; así como prevenir las Infecciones de Transmisión Sexual –ITS y diversas formas de violencia.

Amugen es no lucrativa y apolítica. Esta inició como un grupo de Auto Apoyo el 18 de septiembre de 2008. Sin embargo, el 28 de julio de 2011, se obtuvo la inscripción de la entidad Asociación de Mujeres Gente Nueva, bajo la partida número 35193, folio 35193, del libro I del sistema Único de Registro Electrónico de Personas Jurídicas.

### **1.3 Objetivos Visión y Misión**

#### **Objetivos Generales**

- Incidir en políticas públicas que beneficien la salud y desarrollo de las mujeres, con acciones de inclusión y articulación protagónica mediante la generación de un entorno favorable para las mujeres con VIH, afectadas y sobrevivientes de violencia y grupos más expuestos a la epidemia, a nivel nacional.
- Empoderar a mujeres viviendo o no con VIH, afectadas y sobrevivientes de violencia, en la temática de ITS-VIH-sida y el uso bien y siempre del condón, para que replique la información para que mejoren su entorno familiar y comunitario.

#### **Objetivos específicos**

- Capacitar y empoderar a mujeres que viven y conviven con el VIH, víctimas y sobrevivientes de violencia; eliminando las desigualdades entre los géneros en todos los ámbitos.
- Lograr alianzas estratégicas con personas individuales y jurídicas que trabajan en la temática de VIH, derechos humanos, salud sexual y

reproductiva; así como desarrollo de las mujeres, cuyas acciones se destinarán a la promoción, protección y defensa de los derechos humanos.

- Fortalecer a las mujeres que viven y conviven con el VIH, víctimas y sobrevivientes de violencia sobre la eliminación de una cultura patriarcal que las expone a la epidemia del virus.
- Unificar y fortalecer el acompañamiento legal y proceso para el acceso a la atención integral de las mujeres recién diagnosticadas con VIH y a los grupos más expuestos a la epidemia.
- Incidir en políticas públicas que beneficien la salud y desarrollo de las mujeres con acciones de inclusión y articulación protagónica mediante la generación de un entorno favorable para las mujeres con VIH, afectada y sobreviviente de violencia y grupos más expuestos a la epidemia, a nivel nacional.

### **Visión**

En Guatemala para el año 2015, AMUGEN reducirá el porcentaje de incidencia de ITS, VIH, violencia contra las mujeres, el estigma y la discriminación entre géneros y hacia mujeres.

Ser una organización reconocida a nivel nacional e internacional.

### **Misión**

Asociación laica que empodera y capacita a mujeres con VIH, afectadas y sobrevivientes de violencia para que mejoren su calidad de vida, a través de la salud sexual y reproductiva, mortalidad materno infantil, ITS-VIH-sida y derechos humanos de las mujeres buscando una igualdad entre géneros.

## **1.4 Descripción de actividades**

Amugen realiza talleres y capacitación en los siguientes temas:

- Prevención del VIH, Hijas (os) con VIH
- Relación laboral y VIH
- Infecciones de transmisión sexual –ITS-
- Marco jurídico en el tema VIH
- Atención integral
- Estigma y discriminación
- Aceptación de un diagnóstico positivo
- Autoestima
- Otras consecuencias del VIH
- Medicamentos antirretrovirales
- Derechos humanos de la mujer
- Tipos de violencia como identificación de violencia basada en género, derechos sexuales y reproductivos
- Ley de planificación familiar
- Embarazos
- Incidencia política, entre otros

### **Otros servicios que oferta:**

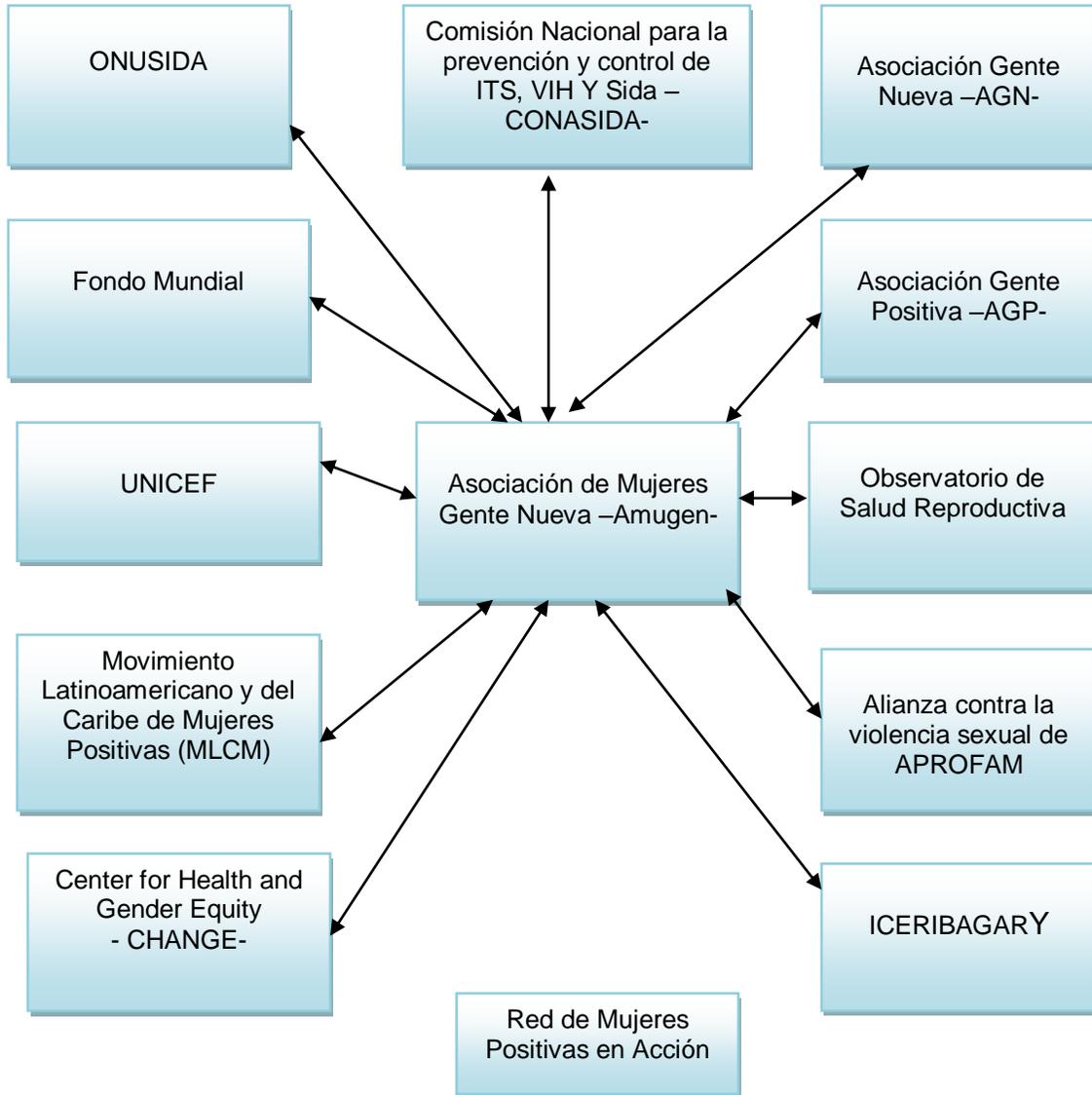
- Prueba rápida de VIH, que incluye pre y post consejería
- Acompañamiento a los lugares de atención médica y legal
- Becas de estudio, esto se efectúa con los recursos económicos que ellas aportan.

### **Grupo de trabajo:**

- Mujeres (niñas, adolescentes, jóvenes y adultas) con VIH.
- Mujeres afectadas por VIH-sida.
- Víctimas/Sobrevivientes de violencia.

## 1.5 Actores

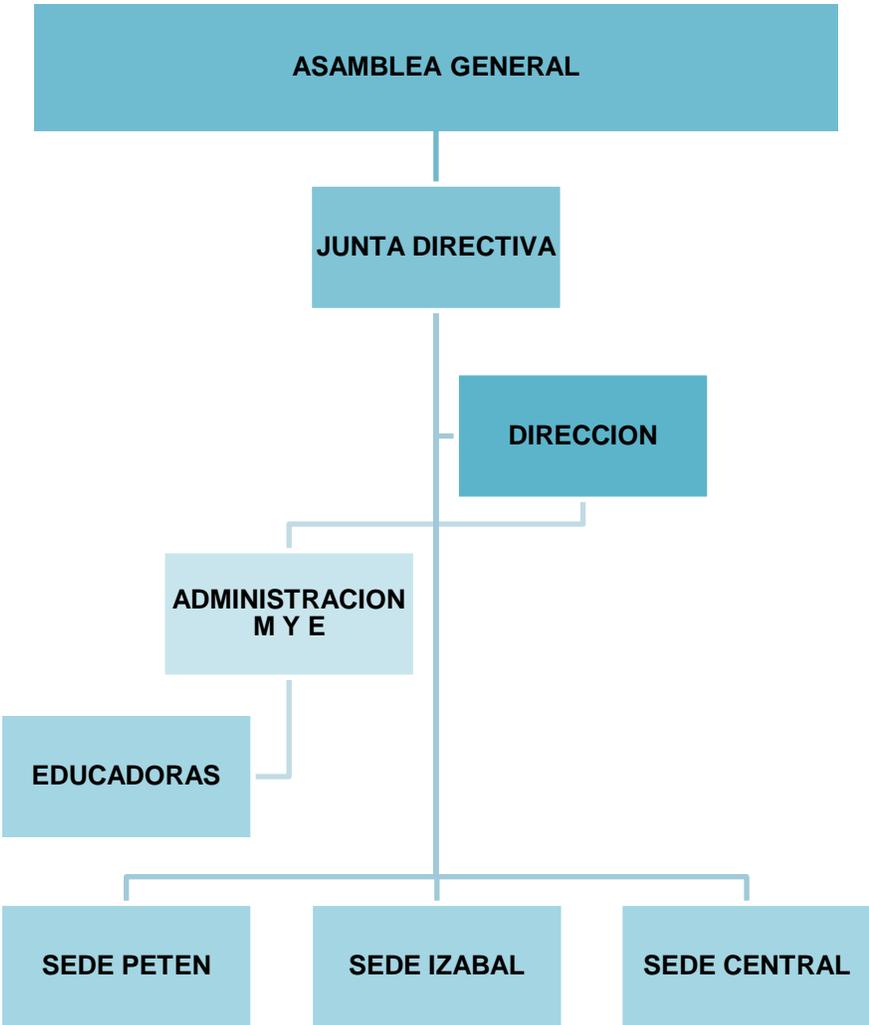
Figura 2. Mapa de Actores



Fuente: propia

1.6 Organigrama

Figura 3. Organigrama



Fuente: Amugen

## 1.7 Perfil de los trabajadores

Tabla 1. Personal Junta Directiva Amugen

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
<b>Dra. Erika Lisset Pérez</b>	Presidenta
<b>Flor Flores</b>	Vice Presidente
<b>Mayra Patricia López</b>	Secretaria
<b>Ramona Guzmán Tesén</b>	Tesorera
<b>Noelia Lemus Gómez</b>	Vocal I
<b>Margarita Ortiz Sis</b>	Vocal II
<b>Maritza López</b>	Vocal III

Fuente: propia

Tabla 2. Personal sede central de Amugen

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
<b>Iris Isabel López</b>	Coordinadora General
<b>Evelyn Chaly Lucas</b>	Coordinadora Monitoreo y Evaluación
<b>Mayra Patricia López Almaraz</b>	Educadora
<b>Noelia Lemus Gómez</b>	Educadora
<b>Yasmina Chan</b>	Educadora
<b>Maritza López</b>	Educadora
<b>Ramona Guzmán</b>	Educadora
<b>Tomasa Castro Toj</b>	Educadora
<b>Margarita Ortiz Sis</b>	Educadora

Fuente: propia

Tabla 3. Perfil de las trabajadoras

<b>Cargo que desempeña en Amugen</b>	<b>Profesión</b>	<b>Experiencia laboral</b>	<b>Capacitaciones</b>	<b>Aspiraciones</b>	<b>Requerimientos</b>
<b>Coordinadora General</b>	Trabajadora Social	Actualmente es la Coordinadora de la Comisión Nacional para la prevención y control de ITS, VIH Y Sida – CONASID- del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	Se ha capacitado en Cuba, Panamá, Honduras, Nicaragua y Brasil en temas relacionas a VIH, ha participado en dos Observatorios de Salud Reproductiva, así como ha participado en talleres de vocería	La Asociación sea auto sostenible económicamente	Donaciones de becas, equipo, etc para Amugen; ya que es escaso el mobiliario que tienen  Apoyo para capacitaciones en comunicación.
<b>Coordinadora Monitoreo y Evaluación</b>	Pedagoga	Coordinadora del Proyecto ITS, VIH y Sida del Fondo Mundial	Se capacitó en Texas, Estados Unidos en Derechos Humanos y Sexualidad	Fortalecer la Asociación con más integrantes	Donación de recursos económicos para poder dar becas a las integrantes que lo necesiten
<b>Educadora</b>	Pedagoga graduada en España	No trabaja	Educación sexual y derechos humanos, violencia auto estima	Qué se reúnan más días, ya que el único día de reunión son los sábados de 8:00 a 19:00 horas	Apoyo con material educativa y recursos económicos para las capacitaciones que imparte Amugen

<b>Cargo que desempeña en Amugen</b>	<b>Profesión</b>	<b>Experiencia laboral</b>	<b>Capacitaciones</b>	<b>Aspiraciones</b>	<b>Requerimientos</b>
<b>Educadora</b>	Está estudiando becada por Amugen	Ama de casa	Prevención de ITS, VI y Sida	Terminar sus estudios de básicos para apoyar económicamente a la Asociación	Ayuda económica para compra de insumos y materiales de oficina
<b>Educadoras especialmente para jóvenes</b>	Bachiller	No ha trabajado	Derechos sexuales y reproductivos  ITS VIH Y Sida  Tipos de violencia	Fortalecer la institución con más personas jóvenes	Apoyo en materiales para impartir las capacitaciones y talleres
<b>Educadora</b>	Amas de casa	No tienen	---	-----	-----

Fuente: propia

A continuación se detallan funciones de los cargos que desempeñan las integrantes de Amugen.

- **Coordinadora General Coordinadora:** Asignación de tareas internas y externas, coordinación de logística en participación de actividades, gestión de donativos materiales, participación en congresos internacionales, talleres, charlas y capacitaciones que organizan diversas instituciones.
- **Monitoreo y Evaluación:** Evaluar las capacitaciones externas que se realiza Amugen.
- **Educadora:** Impartir pláticas en temas de prevención de VIH, ITS, derechos sexuales y reproductivos, derechos humanos, género e incidencia política; entre otros.
- **Co educadora:** Apoyo en logística de capacitaciones como verificación de:
  1. Preparación de materiales que se utilizarán en las capacitaciones, como hojas, tape, papelógrafos, marcadores, etc.
  2. El sonido regulado y de acuerdo al lugar en el que se realizará la capacitación.
  3. Computadora, en la cual ya estén listos los cortometrajes que se transmitirán.
  4. Cañonera, para proyectar los cortometrajes.
  5. Documentos que contienen estadísticas o estudios que se han realizado en la temática de VIH, que son entregados a las y los participantes.
  6. Entregar hojas de evaluación del taller a las y los participantes.
  7. Entrega de equipo a los encargados.

## **Capítulo 2: Fundamentos Epistemológicos**

### **2.1 Comunicación para el desarrollo: de la gente, con la gente y para lagente.**

La Comunicación para el Desarrollo, es participación, diálogo para la equidad para la transformación social. Es por ello, que Nelson Mandela enfatizó, (Consenso de Roma, 2006) “es la gente la que hace la diferencia. La comunicación trata sobre la gente, y la comunicación para el desarrollo es esencial para hacer que esa diferencia suceda”.

De acuerdo al (Consenso de Roma, 2006) La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Tiene que ver con buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido.

El Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, que se efectuó en Roma, Italia del 25 al 27 de octubre del 2006, documento conocido como el Consenso de Roma, recomienda:

- Las políticas nacionales de desarrollo deben incluir componentes específicos de comunicación para el desarrollo.
- Las organizaciones que trabajan en desarrollo deben incluir la comunicación para el desarrollo como un elemento central al inicio de los programas.
- Fortalecer la capacidad para la comunicación para el desarrollo dentro de organizaciones a todos los niveles. Esto incluye: las personas en sus comunidades; los especialistas de la comunicación para el desarrollo y demás personal, a través del desarrollo de cursos de capacitación y programas académicos.

## 2.2 Teoría de la Comunicación Alternativa

Freire autor fuera del ámbito anglosajón más reconocido por la reflexión de la teoría de la comunicación alternativa y comunicación para el cambio social.

El modelo de la comunicación alternativa se enmarca en los fundamentos de Paulo Freire en la teoría de la educación y transformación.

El objeto de este modelo se basa en (Freire, 1969) detalla que las interlocutoras e interlocutores piensen, cuestionen sobre su entorno y con ello se produzca el proceso de apropiación y transformación de sus realidades. Es decir, rompe con el esquema tradicional del emisor y receptor como en el siguiente ejemplo:

Tabla 4. Comunicador y receptor de Mario Kaplún

Comunicador	Receptor
• Emite	• Recibe
• Habla	• Escucha
• Elige el contenido de los mensajes	• Lo recibe como información
• Es siempre el que sabe	• Es el que no sabe

Fuente: (Kaplún,2002)

A este modelo de comunicación (Freire, 1997: p.75) lo denomina Concepción Bancaria, en la cual las personas son concebidas como objetos, porque únicamente son recipientes que reciben y almacenan la información.

Para eliminar el esquema antes mencionado los expertos (comunicadores) deben limitarse a un papel de “facilitadores” cuya única misión es la de promocionar y articular la participación que reside en cada comunidad.

De acuerdo (Kaplún; 2002: p.68) define a la comunicación como algo que se comparte, que se tiene o se vive en común; por lo cual hace una división entre información y comunicación: la primera concepción se refiere al sistema de transmisión de mensajes y la segunda a un proceso de diálogo.

Por ello, las características de la comunicación alternativa son:

- Promueve la participación
- Brinda acceso a los medios de comunicación social
- Es una herramienta de educación popular
- Acelera el cambio y desarrollo social

La comunicación no inicia hablando sino escuchando, detalla (Kaplún, 2002) la principal condición del buen comunicador es saber escuchar. Esta actitud de pensar en el otro, todo buen comunicador la lleva tan adentro que es en él, es un instinto.

El comunicador debe constantemente plantear como formular su mensaje, dónde partir, para que el interlocutor se reconozca en él. Se pregunta cómo son sus destinatarios, qué problemas, qué inquietudes, qué necesidades, qué características culturales tienen. Trata de ponerse en su lugar.

Un comunicador procura dialogar, aunque sea a distancia. EL comunicador entra así en un imaginario diálogo con el destinatario, donde se realiza un proceso de reflexión, de raciocinio; mientras va elaborando su mensaje, este comunicador tiene siempre imaginariamente presente, "junto a él", a ese interlocutor con quien intenta comunicarse. Se pregunta constantemente: "¿me entiende?, ¿me sigue?".

## 2.3 Extensión o Comunicación

El concepto de extensión para Freire es "invasión cultural", actitud contraria al diálogo, que es la base de la educación; concepto de dominación, que se encuentra, tan frecuentemente, en la educación tradicional; y que en vez de liberar al hombre, lo esclaviza, lo reduce a una cosa, lo manipula, no permitiendo que se afirme como persona.

Para (Freire, 1973: p.77) "conocer no es el acto, a través del cual un sujeto transformado en objeto, recibe, dócil y pasivamente los contenidos que otro le da o le impone".

Es por ello, que el conocimiento, por el contrario, exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo. Requiere su acción transformadora sobre la realidad. Demanda una búsqueda constante, implica invención y reinención.

Es por ello que la educación es comunicación, es diálogo; no transferir conocimientos, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados.

Por lo cual, resalta que en el proceso de aprendizaje, sólo aprende verdaderamente, aquel que se apropia y apropia de lo aprendido, reinventarlo. Por el contrario, aquel que es «llenado», por otro, de contenidos que contradicen su propia forma de estar en su mundo, no aprende.

La educación tiene que ser liberadora, no puede: por lo tanto, manipular. Una de sus preocupaciones básicas debe ser profundizar en la toma de conciencia, por ello, el educador en un proceso de concientización tiene derecho a dar sus opiniones, pero no tiene porque imponerlas.

Freire hace énfasis que no puede haber una capacitación técnica, por ella misma, ni tampoco como un mero y exclusivo instrumento de aumento de producción, sino debe ser concientizar como un proceso de reflexión del individuo, para hacerlos descubrir todo el conjunto de relaciones en que se encuentran.

Es por ello, (Freire, 1973: p.107) que las capacitaciones o cualquier otro medio que se utilicen; debe estar orientado a la reflexión, para que sean ellos quienes se descubran así mismos y puedan transformar su realidad.

## **2.4 Mediación pedagógica para la educación popular**

La mediación pedagógica basa su labor en la preparación de los materiales, en el diseño de prácticas de aprendizaje por parte de los interlocutores, es decir, como forma de los mensajes, validación y evaluación de los mismos.

El proceso de validación trata de superar el proceso centrado en el docente, el aula y el texto; así como exceso de información descontextualizada, orientación hacia el tema.

(Gutiérrez y Prieto, 1994: p.71) “Validar significa la prueba de los materiales con un grupo de posibles destinatarios, antes de su difusión masiva. Es una preocupación pedagógica por el interlocutor a fin de evitar la imposición de materiales”.

La validación es una manera de lograr que los interlocutores participen de este proceso para que aporten sus sugerencias en la que se pondrá en práctica. Esto debido a que buena parte de los mensajes enviados a la población no han sido probados previamente en ella, ya que se enmarca en vender ideas, ofrecer un producto y persuadir.

Una validación forma parte de una relación de amistad y cooperación con la población, no es llegar a la comunidad, reunirla y preguntar por preferencias de color, forma o contenido; cuando se procede de esta forma las personas pasan a ser instrumentos y no el fin último de un proceso.

La propuesta de validación de los materiales es una alternativa en educación, en la cual debe participar el interlocutor y reflexionar y buscar instrumentos adecuados; es decir que las capacitaciones son un medio a través del cual los interlocutores pueden construir sus propios mensajes por medio de dramatizaciones o juegos.

## **2.5 Desarrollo humano**

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD- aportó una manera diferente de entender el desarrollo, no es solo la mera acumulación de dinero sino como un proceso que amplía las libertades de las personas y de las comunidades; así ofrece diversas alternativas para que con base a ellas seleccione y alcance según sus capacidades y valores; vidas creativas y plenas que implica el mejoramiento de las capacidades humanas para gozar una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y contar con los recursos materiales que les permitan llevar una vida digna y valor.

El planteamiento sobre el desarrollo adquirió elementos fundamentales para pensar el futuro del globo en equidad: pleno ejercicio de los derechos humanos, logro del equilibrio ambiental, respeto por la diversidad étnica y cultural, equidad de género, justicia, participación, democracia, tolerancia, práctica de las reglas de la convivencia, protección a comunidades vulnerables y demás.

Resalta (García González, 2011: p.23) el desarrollo humano es el empoderamiento de la gente. Y este empoderamiento se concreta o materializa en el aumento de la riqueza de la vida humana, más allá de la riqueza económica.

La comunicación y la participación tienen los siguientes roles en el desarrollo: el empoderamiento de la gente, el entendimiento mutuo y el consenso para la acción, el mejoramiento de la capacitación y la creación de un contexto para que las políticas beneficien a la población.

De acuerdo con (Gularte, 2008: p.10) el desarrollo parte de las personas que participan en la lucha por cambiar las estructuras que genera la falta de goce de los derechos.

## Capítulo 3: Metodología aplicada

### 3.1 Enfoque

El enfoque del presente trabajo es mixto, porque se basó en datos cualitativos y cuantitativos; se analizaron datos y opiniones, ya que se utilizó instrumentos como el cuestionario de 10 preguntas cerradas y una opción abierta dirigido a las integrantes de Asociación de Mujeres Gente Nueva.

En cuanto a las técnicas a utilizadas en la metodología cualitativa está las entrevistas que se efectuaron a la Licda. Iris Isabel López Velásquez, Coordinadora General, Evelyn Lucas Coordinadora de Monitoreo y Evaluación y Srita. Fernanda Chang, encargada del componente de Juventudes con la finalidad de adquirir mayor información.

Otra técnica que se aplicó con la participación de 15 integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva a través de preguntas fue el FODA; Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; para determinar aspectos internos, externos y comunicación para el desarrollo.

También se aplicó la observación participativa directa, para establecer cómo se realizan los procesos de comunicación interna, externa y para el desarrollo; por lo cual se elaboró una guía de trabajo que se detalla en la sección de instrumentos. Esta herramienta también contribuyó a interpretar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este trabajo es descriptivo porque se detalla la situación interna, externa y comunicación para el desarrollo; así como es transaccional ya que esta investigación se efectuó en un tiempo determinado; inició en mayo de este año.

Para (Hernández Sampieri,1997<http://www.upsin.edu>)los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables.

En este diagnóstico comunicacional se establecieron las variables de cultura, desarrollo humano y comunicación. Un ejemplo de esto; es como influye una mala o buena comunicación interna y externa en el desarrollo y éxito de los proyectos que ejecuta Amugen.

### **3.2 Objetivo general**

Identificar los conocimientos que tienen la temática de Comunicación para el Desarrollo las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva, para establecer una estrategia integral.

### **3.3 Objetivos específicos**

Establecer la importancia que tiene la Comunicación para el Desarrollo en las mujeres de Amugen para elaborar implementar una estrategia.

Priorizar las debilidades que presentan las integrantes de Amugen en la temática de Comunicación para el Desarrollo para construir una estrategia que las elimine.

### **3.4 Fuentes primarias**

Entre las fuentes primarias a consultar están las siguientes:

- Entrevistas a las personas encargadas de la asociación, así como a las integrantes.
- Documentos de organizaciones que trabajan en el tema de VIH y sida como la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud, -OPS/OMS-, ONUSIDA, USAID.
- Folletos y trifoliales relacionados al tema de VIH y sida de diversas organizaciones e instituciones.
- Presentaciones de estadísticas de VIH y sida del Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

### 3.5 Fuentes secundarias

- Artículos relacionados a la temática del VIH.
- Testimoniales de mujeres publicados en periódicos.
- Reportajes publicados del VIH.
- Libros de texto.
- Monografías referentes al tema.

### 3.6 Actividades

Tabla 5. Actividades que se realizaron

Actividad a realizar	Con quien se realizará la actividad
Entrevistas para establecer cómo se coordina las actividades internas y externas.	Encargadas de Amugen
Cuestionario para determinar conocimientos e importancia de la comunicación.	Coordinadoras y Educadoras de Amugen
FODA, para establecer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de comunicación.	Integrantes de Amugen
Observación participativa directa para establecer tipos de comunicación	Reuniones sabatinas en Amugen Capacitaciones y talleres que imparte Amugen

Fuente propia

Actividades a realizar	Con quién se realizará la actividad
Solicitud de estadísticas oficiales para establecer situación de VIH en Guatemala.	Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
Análisis de la información recopilada	La investigadora

Fuente: propia

### 3.7 Instrumentos (objetivos y tipo de análisis)

Entre los instrumentos que se utilizaron están: La entrevista se aplicó para profundizar en detalles de comunicación interna, externa y para el desarrollo, las respuestas se analizaron y compararon con las observaciones efectuadas a partir del 25 de mayo de este año de lunes a sábado en horarios diversos.

Para profundizar en las actividades de comunicación de Amugen se aplicó una guía de observación; por lo que se analizó las acciones que efectúan las integrantes en las reuniones de los sábados, capacitaciones o talleres que imparten, participaciones en comisiones y organizaciones de eventos. Estos instrumentos fueron de utilidad para el cumplimiento del objetivo general y específicos.

También se elaboró un cuestionario (se detalla en anexos 3) que respondieron las dos coordinadoras, siete educadoras y cuatro cofacilitadoras de Amugen, para establecer los conocimientos e importancia de la comunicación. Las respuestas fueron tabuladas, analizadas e interpretadas. Este instrumento fue de gran utilidad para lograr objetivos específicos, ya que permitió establecer intereses y conocimientos en comunicación interna y externa en las integrantes de la asociación.

### **3.8 Población**

Asociación de Mujeres Gente Nueva de la sede central, está integrada por 20 mujeres, comprendidas entre las edades de 18 a 70 años; entre ellas hay pedagogas, psicólogas, trabajadoras sociales, bachilleres y amas de casa. Sin embargo siete están estudiando la primaria.

### **3.9 Muestra**

La muestra es no probabilística, ya que se realizó con una parte de la población que se seleccionó por las actividades que ellas realizan en Amugen y el muestreo es intencionado, debido a que a las personas que se les entregó el cuestionario fueron elegidas por el trabajo interno y externo en comunicación que realizan en la Asociación de Mujeres Gente Nueva.

Para lograr los objetivos establecidos en este diagnóstico el cuestionario se le entregó a las dos coordinadoras, siete educadoras y cuatro co-facilitadoras. El cuestionario tiene 10 preguntas cerradas y una opción abierta para que explicaran el motivo de la afirmación o negación.

### **3.10 Método de análisis**

La metodología de esta investigación fue el análisis que de acuerdo a (Barrrios, 2012: p 56) “el análisis tiene como fin la comprensión del entorno de la instituciones y sus conexiones internas y externas y cómo puede tener relación con la otra, en el resultado comunicacional, para convertirlo en un mensaje comprensible y orientador que llegue a establecer cambios significativos en la asociación para satisfacción de todas las participantes en el funcionamiento de la organización”.

Para ello, se aplicó la observación directa participativa, se determinó el clima organizacional, interacción entre las integrantes, así como con usuarias y socias(os) estrategias, tipo de comunicación, organización de actividades internas y externas; para lo cual se elaboró una guía que contiene actividad a observar, descripción de cómo se realizó la actividad y objetivo al que se da cumplimiento con su respectiva justificación.

La entrevista fue de utilidad durante las reuniones efectuadas con la Coordinadora General y de Monitoreo; para ello se realizó una guía de preguntas que contempla, transcripción e interpretación para establecer los objetivos a los que da cumplimiento esta actividad.

El cuestionario se efectuó para establecer el conocimiento en comunicación, interna, externa y para el desarrollo, de los integrantes de Amugen. Esto se realizó a través de la tabulación y elaboración de gráficas que arrojaron los porcentajes del objetivo general.

Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Asociación, la cual determinó las prioridades comunicacionales internas, externas y para el desarrollo; esto se efectuó con una reunión en la que participaron 15 integrantes de Amugen, quienes emitieron sus opiniones y sugerencias en este tema para realizar el FODA.

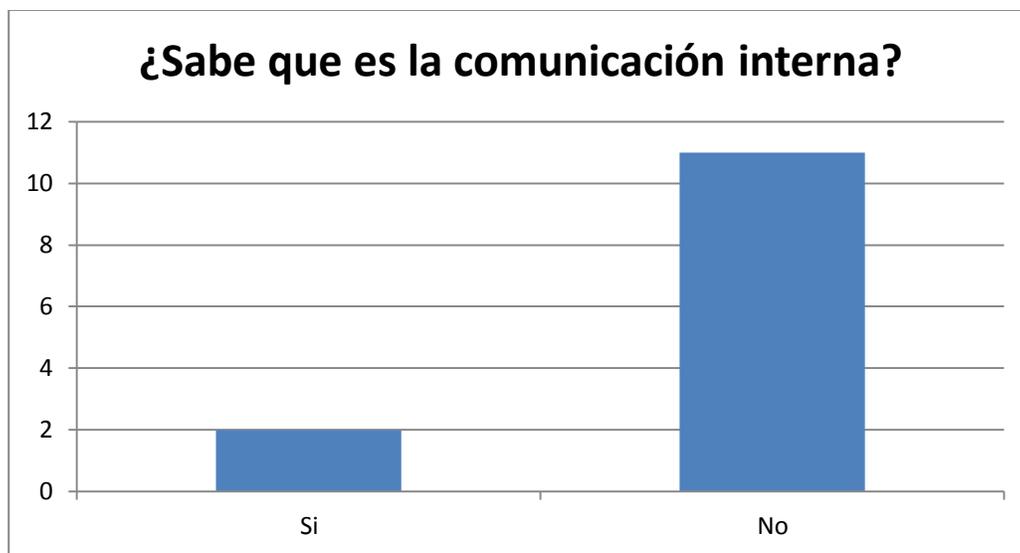
## Capítulo 4: Diagnóstico Comunicacional

### 4.1 Análisis de la comunicación interna

La comunicación interna está dirigida a todo el personal; la información fluye por toda la organización formando parte de la empresa, es por ello que cada vez aparece con más fuerza, surge la preocupación de las empresas por contar con sistemas organizados, ágiles y fluidos de comunicación entre la dirección y el personal a través de los canales que de acuerdo con sus características, se establezcan y que hagan posible que las personas puedan sentirse más involucradas en sus actuaciones de cada día.

Es por ello que para identificar los conocimientos e importancia en comunicación interna en las integrantes en Amugen se les entregó un cuestionario a lo que respondieron lo siguiente:

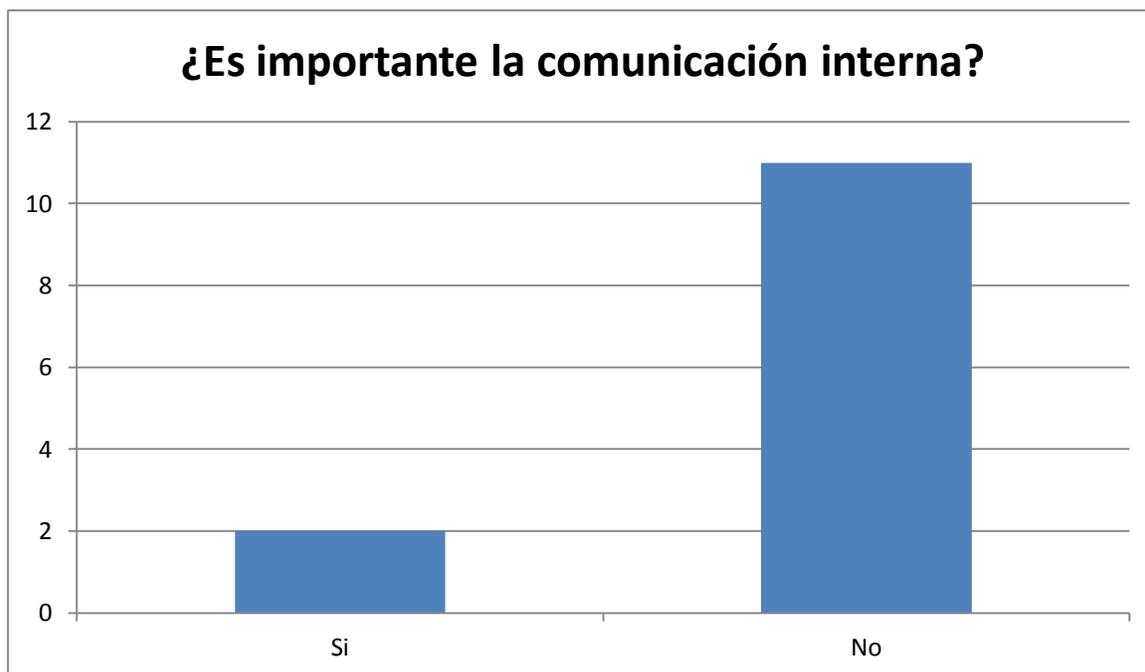
**Gráfica 1. Pregunta cuatro de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente propia

El 20% respondió que sí, porque es la que se da entre las integrantes de la asociación que conocen su funcionamiento y 80% respondió que no debido a que no saben qué es.

**Gráfica 2. Pregunta cinco de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente propia

El 20% respondió que si porque permite tener una buena coordinación y el 80% indicó que no saben.

Detalla (Urrutia, 2002 <http://www.bocc.ubi.pt>) que los tipos de comunicación interna son:

**a) La comunicación descendente**, es la que va desde la dirección a los demás miembros de la organización siguiendo la línea jerárquica. Tiende a ser considerada como la forma natural y espontánea de transmitir la información en la empresa. Es más fácil que un empleado esté atento a recibir información del jefe que a lrevés.

Las funciones de la comunicación descendente son: enviar órdenes múltiples a lo largo de la jerarquía; proporcionar a los miembros de la empresa información relacionada con el trabajo realizado; facilitar un resumen del trabajo realizado y adoctrinar a los empleados para que reconozcan e internalicen los objetivos de la organización.

**b) La comunicación ascendente:** El propósito es hacer llegar a los responsables una información general sobre el personal de la empresa en su sentido más amplio, esto es, desde promover e institucionalizar unos cauces adecuados que inciten a informar hacia arriba (buzones de sugerencias, participación en sus periódicos). Fluye desde los miembros de más bajo nivel hacia los de más alto nivel.

En Amugen se practica la comunicación descendente, la cual sigue la cadena organizacional de mando hacia abajo, es decir, desde la mayor autoridad (Dra. Ericka Lisette, Pérez, presidenta) pasando por los diferentes niveles, esto debido a que la toma de decisiones importantes (elaboración del Plan Operativo Anual) de Amugen se realiza a través de las dos Asambleas anuales, que son dirigidas por las integrantes de la Junta Directiva y las Coordinadoras de la sedes de Petén, Izabal y Central.

Las decisiones y acciones a seguir; quedan plasmadas en actas. Posteriormente cada Coordinadora informa a las integrantes de forma verbal y por medio de un informe según entrevista realizada el 18-05-2013 a la licenciada Iris López, coordinadora de la Sede Central de Amugen.

En caso que una de las educadoras desee realizar una propuesta importante, la Coordinadora de cada sede, es la encargada de hacer llegar esta solicitud escrita y por correo a la presidenta de la Junta Directiva, es decir se respeta la línea de jerarquía.

Al momento de tener una respuesta a dicha solicitud, esta es enviada a la Coordinadora de la sede, quien será la encargada de trasladar la respuesta a su integrante.

Estas se comunican constantemente a través de correo electrónico, mensajes de texto y vía telefónica, ya que con frecuencia coordinan actividades o en ocasiones que una integrante viaja para visitar las otras sedes departamentales con la finalidad del intercambio de información, participación en talleres, capacitaciones o colaboración en casos especiales como apoyo a víctimas de violencia sexual.

Los logros de Amugen, sede central son presentados internamente, es decir a las integrantes de la Asamblea y Coordinadoras de las otras sedes; esta actividad no se realiza de forma externa; debido a que no cuentan con recursos económicos para realizarlo en un lugar apropiado.

Amugen elabora al año un plan de trabajo, el que establece las acciones que realizarán como por ejemplo cuantas capacitaciones impartirán, útiles, enseres y recursos económicos que necesitan para las actividades que realizarán.

Asimismo, los documentos que han elaborados las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva son el estatuto, hoja de asistencia, evaluaciones de talleres y libro de testimonios de América Latina.

En cuanto se refiere a la comunicación interna de la Sede Central de Amugen, según observación realizada los días 18 y 25 mayo, la comunicación es descendente, debido a que las reuniones las dirige la licenciada López.

Las reuniones sabatinas inician con un informe verbal de la coordinadora, Licda. López, quien les indica las actividades que realizarán ese día; así como asigna actividades internas y externas; posteriormente las integrantes dan sus sugerencias, comentarios y/o aportaciones de los temas a tratar para posteriormente iniciar a trabajar.

Si una de las integrantes no está presente en la reunión se le pregunta telefónica o mensaje de texto si puede apoyar en alguna de las actividades.

Cuando una persona se integra a esta asociación, las coordinadoras la presenta a todas las integrantes y dan a conocer la visión, misión, y los objetivos; así como el trabajo que realizan constantemente.

Para tener un registro y control interno las coordinadoras proceden a entregar una ficha de descripción, en la cual se le solicita información de los motivos por los cuales se integra a la asociación; así como datos médicos y en qué áreas le gustaría trabajar; estas fichas son totalmente confidenciales.

Las fichas antes mencionadas, las únicas personas que tienen acceso a estas son la Coordinadora General y la de Monitoreo y Evaluación.

**c) La comunicación Horizontal:** La comunicación horizontal es la que se da entre las personas consideradas iguales. Las principales funciones de la comunicación horizontal son la de facilitar la coordinación de tareas, permitiendo a los miembros de la organización establecer relaciones interpersonales efectivas a través del desarrollo de acuerdos implícitos; proporcionar un medio para compartir información relevante de la empresa entre compañeros.

La comunicación horizontal se evidencia en la relación entre las educadoras y co educadoras de Amugen, la comunicación es fluida entre ellas, esto se observa en la forma en que trabajan y como se organizan en equipo.

Mientras las integrantes de Amugen realizan las tareas que le fueron asignadas por parte de la Coordinadora, platican de varios temas como el comportamiento de los hijos e hijas en hogar, como les va en el trabajo y estudio; esto es muestra de armonía, compañerismo y buena comunicación.

**d) La comunicación circular:** surge de las relaciones sociales que se desarrollan entre los miembros de la organización y representa una parte importante de toda la comunicación que se genera en las grandes organizaciones.

La comunicación circular en Amugen se basa en la Sororidad, es un término de la teoría de género, que significa la alianza entre mujeres basada en la amistad y apoyo mutuo; en la Asociación de Mujeres Gente Nueva se evidencia en el compañerismo entre las integrantes; esto se muestra en el apoyo que se brindan al momento de realizar las tareas que se les asignan cada sábado.

**e) La comunicación de crisis:** Es un cambio repentino de situaciones que amenazan la imagen y el equilibrio de la asociación frente al que hay que reaccionar.

En cuanto a este tipo de comunicación en septiembre del 2012, renunció la Presidenta de Amugen; por lo cual de inmediato se procedió a la elección de la nueva lideresa. La Licda. Iris López, coordinadora General de Amugen sede central, indicó que el proceso se realizó de la siguiente forma.

Para realizar esta actividad se efectúa una convocatoria que se envió por correo electrónico, también se les informó vía telefónica y para recordarles de la reunión se les envió mensaje de texto a todas las integrantes de las tres sedes de Amugen.

La logística de la reunión estuvo a cargo de las integrantes de la Junta Directiva que seleccionaron a tres socias a quienes se les preguntó si les gustaría postularse a Presidenta de la Asociación, las tres respondieron afirmativamente.

La Junta Directiva estableció el mecanismo para la elección de la Presidenta de Amugen, sería a través de la votación escrita y quien tuviera la mayoría ocuparía el cargo.

En la reunión se dio la bienvenida a todas las integrantes, se presentó a las candidatas, justificó la postulación y se les presentó a las tres; así como explicó el proceso de selección y votación para elegir a la nueva presidenta.

El conteo de los votos lo realizaron las integrantes de Junta Directiva en presencia de todas las socias que asistieron. La presidenta electa fue la Dra. Erika Pérez. Sin embargo para el 28 de septiembre de este año se tiene programada la Primera Asamblea en la que se ratificará a la actual o elegirá a la nueva Junta Directiva, finalizó la Licda. Iris López.

Para esto se preparan con anticipación para recibir a las integrantes que proceden de las otras sedes, se les ubica un lugar seguro, con lo que se garantiza la participación de ellas en esta elección.

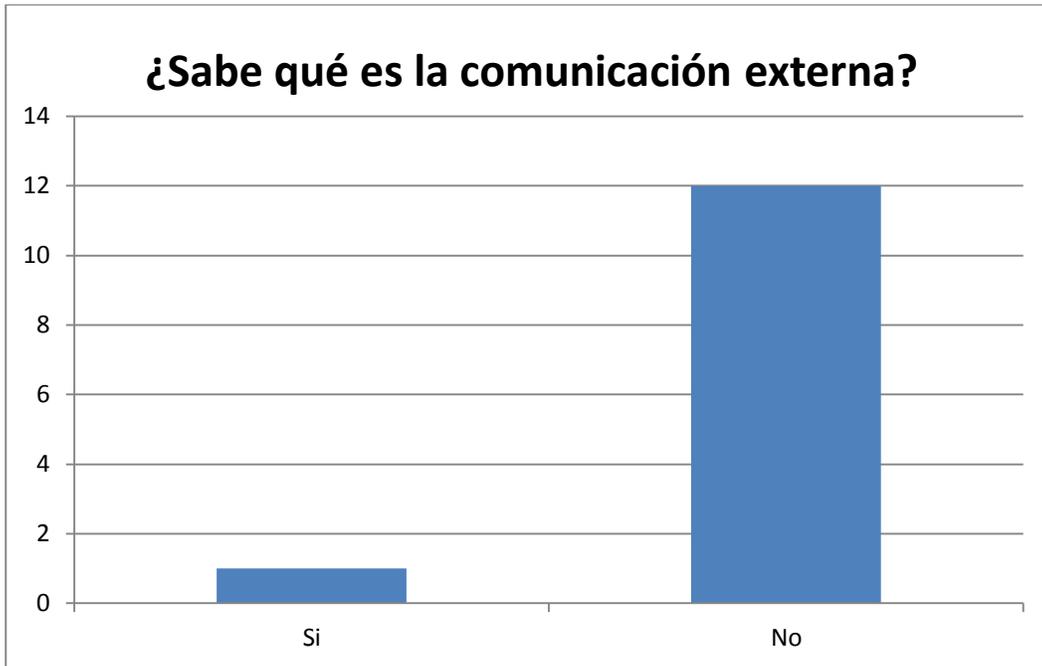
El relato de la Coordinadora General de Amugen, en cuanto a la elección de Presidente; muestra que las integrantes de la Asociación tienen constante y fluida comunicación vía telefónica, correo electrónico, mensajes de texto y de ser necesario visitan las otras sedes.

## **4.2 Análisis de la Comunicación Externa**

La comunicación externa o exterior de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos de las instituciones, asociaciones o negocios. Así como a proyectar una imagen favorable de la asociación y promover actividades, productos y servicios.

En este tema también se les preguntó a través del cuestionario a las integrantes de Amugen si tienen conocimiento y es importante la comunicación externa.

**Gráfica 3. Pregunta seis de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente: propia

El 20% respondió que sí, porque es la imagen externa de la Asociación y el 80 % que no saben.

**Tabla 6. Del por qué de la pregunta 4 del cuestionario a integrantes de AGN**

Respuesta	Total	%
Permite las alianzas estratégicas	2	15
No saben	9	69
Permite dar información	1	8
Para saber lo que pasa a su alrededor	1	8

Fuente: propia

**Relación de comunicación con los usuarios.** Amugen se relaciona con el público a través de la participación de las integrantes en capacitaciones, talleres, charlas, congresos internacionales, publicaciones en facebook, debido a que no cuentan con página web y campañas de prevención masivas en medios de comunicación; que son financiadas por cooperantes internacionales.

De las 20 integrantes de esta Asociación, 13 participan y apoyan en talleres, capacitaciones, congresos científicos y asisten a reuniones con otras asociaciones, instituciones y organismos internacionales.

Amugen participa en actividades de relevancia como el Día Mundial del VIH y Sida o Candlelight (día en el que se conmemora a las personas que mueren por el VIH) elaboran notas informativas con fotografía que son enviadas por correo electrónico a todos sus contactos entre los cuales están las asociaciones, cooperantes e instituciones; por lo que cuentan registro de socias(os) estratégicos.

Toda la información que es redactada y enviada a los contactos; así como la publicada en facebook está a cargo de la Sra. Noelia Hernández y La Licda. Iris López coordinadora de Amugen, ya que las otras integrantes no han manifestado interés de apoyar en esta actividad, según lo informó en entrevista Evelyn Lucas coordinadora de Monitoreo y Evaluación.

La Asociación de Mujeres Gente Nueva; es identificada por la participación de la Licda. López como mujer viviendo con VIH; en cuatro campañas de prevención masivas como:

- Ahora y qué de PASMO
- Pasión por la Vida
- Eliminación de estigma y discriminación
- Estigma y Discriminación de Fundación Fernando Iturbide, publicada a partir del 17 de junio de este año.

Con esto Amugen, ha ganado: identificación con el público, apoyo únicamente técnico, invitaciones para participación en diversas actividades educativas, informativas y formativas.

Como se menciona con anterioridad, 13 integrantes interactúan y representan a esta asociación ante otras instancias, después de participar en las actividades; cada una de ellas en reunión informan con una presentación en powerpoint; en qué consistió dicha actividad con la finalidad que todas estén enteradas de lo que se trabajó para dar seguimiento indicó la Licda. Evelyn Lucas en entrevista.

Asimismo, para impartir las capacitaciones a instituciones, estos las contactan a través del facebook o de los celulares de las Coordinadoras de Amugen; ya que tienen línea telefónica pero no tienen secretaria, por falta de recursos económicos.

También interactúan a través de las capacitaciones que ellas imparten de forma gratuita a diversas instituciones como a los trabajadores de hospitales nacionales, grupo de madres, asociaciones que lo requieran.

Para comprobar la veracidad de esta información, se les preguntó a las integrantes de Amugen través del cuestionario cuáles son las actividades que más realizan y por qué; a lo que respondieron lo siguiente:

**Gráfica 4. Pregunta 10 de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente propia

El 100% respondió que son las actividades que les gusta realizar. Solo al 10% le gusta ser imagen de campañas masivas, esto debido a que si son imagen pública son discriminadas como ejemplo: algunas de ellas han sido despedidas, cuando sus jefes se enteran de que viven VIH, como lo relató en reunión realizada el 13-07-2013, la señora Amalia Hernández.

**Relación con instituciones.** Las integrantes de Amugense relaciona con Ministerio de Salud, Gobernación y Educación, con las cuales tienen reciprocidad que se evidencia en constantes invitaciones a participar en seminarios, talleres y para que ellas impartan capacitaciones formativas para la prevención del VIH y sida, al personal que labora para estas instituciones, es por ello que recientemente capacitaron a agentes de la Policía Nacional Civil; así como sus autoridades.

Estas instituciones apoyan a Amugen, con material informativo impreso como afiches y trifoliales de formas de prevención de violencia intrafamiliar o sexual.

**Cooperantes Internacionales.** La relación es buena, debido a las siguientes acciones:

- La coordinadora de Amugen, ha sido la imagen de campañas de prevención masivas en medios de comunicación.
- Invitación para participar en Congresos internacionales; como el que organizó UNICEF, efectuado en julio de este año, el que consistió en estigma y discriminación a través de los testimonios de personas que viven con VIH.
- Apoyo de ONUSIDA en la reproducción de documentos; como “Vulnerabilidad, Violencia y VIH”, el cual recopila historias (testimonios) y situación de las mujeres que viven con VIH en 14 países de América Latina.
- AidsHealtFundation –AHF- capacitó a las dos directivas y educadoras en cómo realizar la prueba rápida de VIH, por lo que Amugen brinda este servicio a quien lo requiera; así como la consejería previa.
- Comisión Internacional de la Mujer de la OEA, les ha solicitado la presentación de logros de AMUGEN, para brindarles apoyo con material didáctico.
- Amugen participó y brindó apoyo técnico en temas de prevención como la elaboración del documento “Incidencia del condón femenino” de Center forHealth and GenderEquity –CHANGE-.

CHANGE financió y brindo apoyo técnico para realizar la Primera Cumbre de Salud Sexual y Reproductiva de las Juventudes que se realizó del 23 al 25 de septiembre del 2013; en el cual la Licda. Iris López coordinadora de Amugen en conjunto con Lic. Hugo Higüeros de ChangeCenter forHealth and GenderEquity solicitaron a la practicante en Comunicación para el Desarrollo les asesorará para establecer logotipo y eslogan.

Esto se realizó de forma participativa, las juventudes determinaron logotipo y slogan de la Primera Cumbre Nacional de Juventudes en Salud Sexual y Reproductiva, partiendo de preguntas como cuáles eran los colores significativos, figuras y para el eslogan cuál era el objetivo de la Cumbre. Dos representantes de organizaciones de jóvenes diseñaron el logotipo el cual se validó.

El objetivo de la Primera Cumbre Nacional fue un encuentro para el intercambio de experiencias y realizar propuestas a autoridades de gobierno para la prevención de los embarazos, violencia sexual y VIH en las juventudes.

Figura 4. Logotipo de Primera Cumbre Nacional de Juventudes



Fuente: Amugen

**Asociaciones y Comisiones.** Con las distintas asociaciones Amugen, tiene buena relación, exceptuando con una de ellas; debido a intereses económicos y de poder según indicaron en entrevista las coordinadoras de esta asociación.

- Comisión internacional de la Mujer de la OEA –CIM-.
- Invitación a los Congresos internacionales del Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas (MLCM+).

- Red de Mujeres Positivas en Acción, no se tiene una buena relación, ya que argumentan que la coordinadora de Amugen y de la Comisión Nacional para la Prevención y Control de ITS, VIH Y sida, -CONASIDA- del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, es la Licda. Iris López); lo que crea ruidos de la comunicación como el temor que el apoyo que se brinde a la Asociación de Mujeres Gente Nueva sea desviada a la institución gubernamental.

**Alianzas estratégicas.** Las organizaciones con las que tiene alianzas estratégicas Amugen son:

- Observatorio Nacional de Salud Reproductiva –OSAR- apoya con material didáctico para capacitaciones y talleres; así como el intercambio de información relacionada al VIH y Sida.
- Gente Nueva Central, Izabal y Petén: estas les apoyan con organización de talleres y capacitaciones; así como les prestan sus instalaciones a las integrantes de Amugen de Puerto Barrios, para sus reuniones sabatinas.
- ICERIBAGARY es una asociación de mujeres garífunas que trabajan en el tema de VIH, intercambian información relacionada a la prevención de las Infecciones de Transmisión Sexual –ITS-, VIH y sida.
- Participación en reuniones periódicas de la Alianza Contra la Violencia Sexual de Asociación Pro Bienestar de la Familia -APROFAM-, en ONU Mujeres, Alianza Nacional de personas que viven con VIH y Comisión internacional de la Mujer de la OEA –CIM-.

Imagen 1. Reunión de Alianza contra la Violencia



Fuente: propia

En primer plano la Coordinadora de Amugen, Representante de Conasida, Encargada del Componente de Juventudes y Representante de la APROFAM.

**Medios de comunicación.** Amugen, no realiza conferencias de prensa; ya que no cuenta con recursos económicos y personal especializado en el tema; (comunicador/a), debido a que se requiere la elaboración de boletín informativo o comunicado; así como convocatoria de prensa y lugar adecuada para la recepción de periodistas. Sin embargo se tiene estipulado que la vocera de esta asociación es la Licda. Iris López, quien ha sido capacitada en tres oportunidades en vocería de VIH, por Olga Villalta, Patricia Ceballos y Alma Palma (Q.E.P.D.).

En esta área hay una concentración de actividades debido a que la Licda. Iris López es la única que ha realizado más de tres campañas en medios masivos de comunicación debido a que acepta en público que vive con VIH.

Para fortalecer la imagen externa las Coordinadoras de Amugen indicaron que están capacitando a las otras integrantes para la aceptación que viven con VIH.

Para descentralizar la imagen externa de Amugen que recae en la Licda. Iris López, coordinadora General y para fortalecer la imagen externa para el desarrollo de esta asociación se trabajó en modificar materiales como el eslogan, logotipo, presentación powerpoint y tríptico. También se elaboró volante, banner y cuña radial de Amugen que se transmitió en Radio Universidad.

Estos materiales se modificaron y realizaron con el apoyo de las estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado de Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y a solicitud de las coordinadoras les apoyó la estudiante de Comunicación para el Desarrollo para que las integrantes validaran sus productos a través de preguntas generadoras como las siguientes.

¿Qué color es significativo para ustedes?

¿Qué tipo de letra?

¿Qué mensajes?

¿Se debe agregar otros mensajes?

¿Claridad del mensaje?

**Logotipo**(Se trabajó, con la practicante que elaboró este informe)

**Antes**

Figura 5. Amugen Logo 1



Fuente: Amugen

**Ahora**

Figura 6. Logo Amugen 2



Fuente :Amugen

**Presentación power point**(Se trabajó, con la practicante que elaboró este informe).

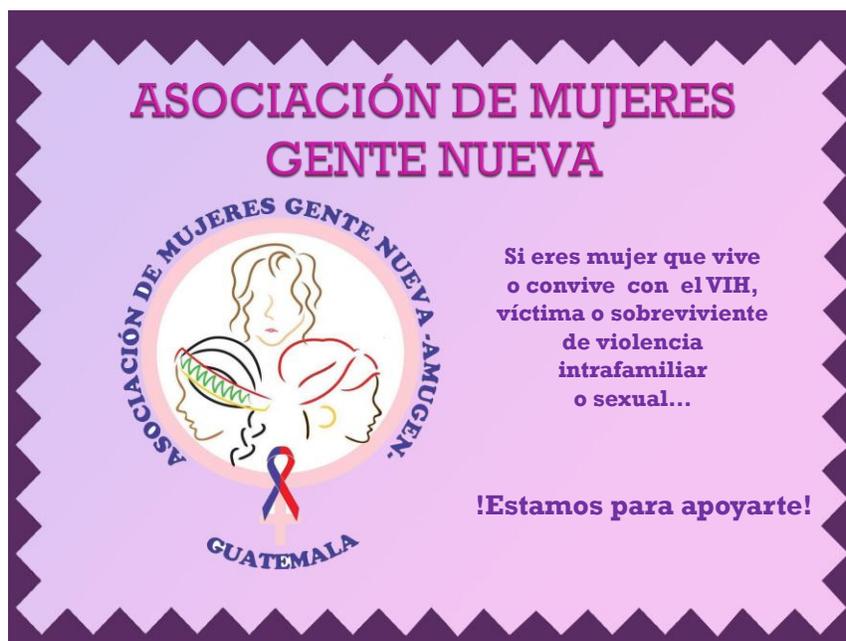
**Antes**

Imagen 2. Presentación Amugen power point 1. Antes



Fuente: Amugen

Imagen 3. Presentación power point 2. Ahora



Fuente Amugen

**Volante:**(No tenía se trabajó con. la practicante que elaboró este informe)

Imagen 4. Volante de Amugen



Fuente :Amugen

## Trifoliar 1. Antes

Imagen 5. Trifoliar de Amugen 1. Antes

**AMUGEN, Organización referente para Guatemala del Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas. - MLACM+**



**ASOCIACION DE MUJERES GENTE NUEVA**

Edificio Valenzuela 2do. Nivel Of. 203  
14 Calle 6-12 Zona 1

Tels: 4466-1696 5510-5603

[mujeragn@gmail.com](mailto:mujeragn@gmail.com)

Guatemala, C.A.

**SEDES**

**Sede Central**  
14 Calle 6-12 Zona 1  
Edificio Valenzuela  
2do. Nivel Of. 203  
Tels: 4466-1696 5510-5603

**Sede Ciudad Quetzal**  
Contacto: Brenda Escalante  
Tel: 4119-4471

**Sede Puerto Barrios**  
Contacto: Filomena Sánchez  
Tel: 4705-1708

**Sede Petén**  
Contacto: Yulma Balcón  
Tel: 4247-4479

**Si eres mujer con VIH, infectada o sobreviviente de violencia intra-familiar o sexual, estamos para apoyarte.**



**Organización Pionera**

**Incidiendo en el condón**

**Femenino (FC2)**

Fuente :Amugen

**AhoraTrifoliar**(Diseñado por estudiantes de EPS de Publicidad, de la ECC de la USAC)

Imagen 6.Trifoliar de Amugen 2. Ahora

**ASOCIACIÓN DE MUJERES GENTE NUEVA -AMUGEN- GUATEMALA**

*"Si eres mujer que vive o convive con VIH, víctima/sobreviviente de violencia intra-familiar y sexual. Estamos para apoyarte".*

14 calle 6-12, zona 1 Edificio Valenzuela 2do. Nivel Of. 203  
Tels: 4466-1698 5510-5603  
mujeragn@gmail.com  
Guatemala, C.A

**SEDES:**  
Sede Central  
14 calle 6-12, zona 1  
Edificio Valenzuela 2do.  
Nivel Of. 203 Tels:  
4466-1698 /5510-5603

Sede Puerto Barrios  
Contacto: Karla Acevedo  
Tels.: 4160-8679 /  
5558-4177

Sede Petén  
Contacto: Yulma Batún  
Tel.: 4247-4479 / 5574-9482

Escuela de Finanzas de la Comunicación  
USAC

COMUNI CARES

ACCIÓN UNODC  
UNESCO  
PARA  
UNA  
UNPA. BANCO MUNDIAL  
**ONUSIDA**  
PROGRAMA COOPERATIVO DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EL VIH/SIDA

AMUGEN, Organización referente para Guatemala del Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas MLACM+

*Mujeres Apoyando Mujeres*

Tus donaciones serán bienvenidas. Si quieres apoyarnos comunícate al tel. 4146-8493 o búscanos en facebook

f amugen  
t @amugengua

Organización pionera en incidencia del condón femenino (FC2)

Fuente: Amugen

**Banner:**(No tenían. Diseñado por las estudiantes de EPS la ECC de la USAC)

Imagen 7. Banner de Amugen

**ASOCIACIÓN DE MUJERES  
GENTE NUEVA**

**ASOCIACIÓN DE MUJERES GENTE NUEVA-AMUGEN.  
GUATEMALA**

**SI ERES MUJER QUE VIVE O  
CONVIVE CON VIH, VÍCTIMA O  
SOBREVIVIENTE DE VIOLENCIA  
INTRA-FAMILIAR O SEXUAL,  
ESTAMOS PARA APOYARTE.**

**14 calle 6-12, zona 1 Edificio  
Valenzuela 2do. Nivel Of. 203  
Tels: 4146-8493 5510-5603  
mujeragn@gmail.com  
Guatemala, C.A**

**Mujeres Apoyando  
Mujeres**

Fuente: Amugen

**Cuña radial** (No tenía. Grabado por estudiantes de EPS de Publicidad, de la ECC de la USAC)

“Si eres mujer que vive  
o convive con el VIH,  
víctima o sobreviviente de violencia intrafamiliar  
o sexual...

!Estamos para apoyarte!

14 calle 6-12 zona 1, Edificio Valenzuela, 2º. Nivel

Teléfono 4146-8493 y 5510-5603

mujeragn@gmail.com

amugengua@hotmail.com”

**Eslogan** (No tenían. Diseñado por las estudiantes de la ECC de la USAC)

“Mujeres apoyando Mujeres”

Este no fue validado, fue impuesto por las estudiantes de EPS de Publicidad de la ECC de la USAC, debido a que las integrantes de Amugen le indicaron que lo quitaran del banner y trifoliar y lo dejaron.

A pesar que las integrantes de Amugen validaron los materiales y solicitaron cambios en los productos a las Estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado de Publicidad, estas no los efectuaron una muestra de ellos es la falta de ortografía como la palabra “víctima” que está en banner y diferentes tipos de letra en banner y trifoliar.

#### **4.3 Análisis de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

La comunicación es un proceso de diálogo y participación que no le pertenece a los “expertos” sino que a todo ciudadano o ciudadana que quiere un cambio en su comunidad para lograr un bien común. Se entiende que la comunicación no es “mandar mensajes”, “hacer campañas” o simplemente “trasladar información” indica (Gularte, 2013 p.36).

La comunicación para el desarrollo encuentra la prioridad de apoyar a la gente más afectada por los problemas de desarrollo en sus comunidades y países, con el fin de permitirles expresarse, dar voz a sus perspectivas, y contribuir; así como actuar en función de sus ideas para mejorar su propia situación – por ejemplo pueblos indígenas y las personas con VIH o sida.

Al consultarles a las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva si saben que es Comunicación para el Desarrollo a través de un cuestionario respondieron, lo siguiente:

**Gráfica 5. Pregunta 3 de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente: propia

El 80% respondió que sí y el 20% respondió que no porque.

**Tabla 7 Respuesta del por qué de la pregunta 7 a integrantes de Amugen**

Respuesta	Total	%
Permite analizar y buscar mejoras para un bien común	2	16
Es la que se realiza a nivel comunitario con la finalidad de mejorar las condiciones de las personas	2	15
Permite saber las necesidades de una determinada población	2	25
Permite desarrollar destrezas	4	31
No lo ha investigado	3	23

Fuente: propia

Las respuestas del por qué de la pregunta siete a integrantes de Amugen, establece la falta de desconocimiento en la temática de Comunicación para el Desarrollo. Sin embargo es importante resaltar que Amugen contribuye en dar cumplimiento a los siguientes Objetivos del Milenio.

- **Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.**
- Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de finales de 2015
  
- **Objetivo 5: Mejorar la salud materna**
- Reducir en tres cuartas partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna.
- Lograr el acceso universal a la salud reproductiva.
  
- **Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.**
- Haber detenido y comenzado a reducir la propagación del VIH/SIDA en 2015.
- Lograr, para 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/SIDA de todas las personas que lo necesiten.
  
- **Objetivo 7 Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, se reciclan latas y se utilizan materiales plásticos cuando hay taller de terapia ocupacional.**

Estos objetivos están plasmados en la Visión, Misión, Objetivos y Plan Operativo Anual de Amugen; el principal mecanismo que utilizan para dar cumplimientos a los OMD son las capacitaciones, talleres y diplomados en prevención de VIH, igualdad de género, derechos sexuales y reproductivos, identificación de violencia basada en género, dirigidas a niñas, jóvenes y mujeres adultas.

Es por ello, importante identificar como se realiza el proceso de comunicación para el desarrollo en las actividades que realiza Amugen.

**Las capacitaciones internas.** Están a cargo de la Coordinadora General y la de Monitoreo y Evaluación; así como la Educadora de Adolescentes de Amugen.

Estas inician con una breve explicación de la capacitadora que consiste en indicar el tema a tratar como ejemplo en la observación del 1 de junio del 2013 se proyectó la película Transmisión Vertical de VIH, (madre a hija/o); al finalizar Fernanda Chan la capacitadora de adolescentes realizó a las socias presentes de Amugen las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es la transmisión vertical?
2. ¿Formas de adquirir el VIH de madre a hija/o?
3. ¿Qué deben hacer para que el bebé no adquiera el VIH?
4. ¿Qué violaciones a los derechos de la mujer muestra la película?

Al responder la pregunta ¿Qué es la transmisión vertical?, una de las integrantes pronunció “contagio”, por lo cual la Coordinadora General, quien le indicó “no deben utilizar palabras incorrectas que promueven discriminación; lo correcto es: el VIH se adquiere o se transmite”.

Por ello, una de las socias sugirió crear un listado de términos adecuados en VIH; que podrían utilizarse en capacitaciones a adolescentes y mujeres; con esto se contribuye a reducir el estigma y discriminación. Otra participante expresó que se podría hacer carteles y colocarlos en la pared para tener la información siempre presente.

A la pregunta ¿Qué violaciones a los derechos de la mujer muestra la película? una de las participantes indicó que desconoce cuáles son los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

La capacitadora preguntó a las asistentes si han leído la “Ley de acceso universal y equitativo de servicios de planificación familiar” Decreto 87-2005 y su integración al Programa Nacional de Salud Reproductiva; así como la de Maternidad Saludable” Decreto 32-2010, algunas respondieron que no.

La Coordinadora General, procedió a entregar las Leyes antes mencionadas a cada una de ellas, dejándoles la tarea de leerlas y dentro de cuatro semanas serán comentadas y discutidas en una reunión.

Imagen 8. Capacitación interna a integrantes de Amugen



Fuente :Amugen Fernanda Chan durante una capacitación interna a integrantes de Amugen

Las metodologías que utilizan en las capacitaciones han sido elaboradas por diversas instituciones, asociaciones y organizaciones nacionales e internacionales; las cuales son adaptadas o adecuadas según el público. Como expresó Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo y Evaluación “no podemos presentar la misma película a indígenas y garífunas por la barrera idiomática por lo que se tienen otras metodologías”.

Los materiales que se utilizan para capacitar a niñas y niños son títeres, juegos, peluches y gabachas; como ejemplo: en el tema de educación sexual que comprende los órganos reproductivos internos y externos de la mujer estos son representados con peluches como lo muestra la figura 5.

Imagen 9. Capacitación en salud sexual y reproductiva a niñas de Amugen



Fuente: propia Fernanda Chan capacitando a niñas en salud sexual y reproductiva

**Las capacitaciones a mujeres.** Aplican diversas metodologías que se determina según la temática, por ejemplo en prevención del VIH y violencia sexual utilizan el testimonial de personas que viven con el virus y/o violencia indicó la Licda. Iris López, coordinadora.

Un ejemplo de los resultados de las capacitaciones vivenciales son que en el 2010 durante una capacitación en Petén al aplicar la metodología Caminando en tus zapatos una de las participantes sufrió una crisis, se le apoyó en esa oportunidad; sin embargo a partir de ese momento se estableció que en todas las capacitaciones debía estar una psicóloga para atender estos casos; debido a que esta situación se repitió en otras ocho ocasiones, detalló Evelyn Lucas.

“Estas metodologías son vivenciales buscan a través de historias apoyar los procesos de formación para replicar y contribuir a la prevención de los temas tratados”, expresó Patricia López, educadora.

De acuerdo con la observación del 9 de agosto en la que se capacitó a funcionarias(os) de los Centros de Readaptación, Rehabilitación, Capacitación y Reinserción para jóvenes con Conflicto con la Ley Penal, durante el desarrollo se generó el diálogo y reían al momento de hablar de métodos de barrera.

Al finalizar las actividades felicitaron a la capacitadora de Amugen por su trabajo y dar su testimonio de ser una persona que vive con VIH; expresaron las y los participantes que las hizo pensar en lo importante que es protegerse a pesar que tengan una sola pareja.

Como se evidencia las capacitaciones de las mujeres toman elemento de la Comunicación para el Desarrollo que es la participación y la generación del diálogo entre las y los participantes.

Imagen 10. Capacitación a Responsables de Centros de Readaptación



Fuente: propia      Licenciada Iris López, coordinadora de Amugen en capacitación a Responsables de Centros de Readaptación y Reinserción para jóvenes con Conflicto con la Ley Penal

**Capacitaciones a juventudes.** Fernanda Chan, encargada del componente de Adolescencia y educadora asegura que las metodologías tienen como objetivo sensibilizar a los jóvenes para prevenir el VIH y prevenir abusos sexuales en estas poblaciones.

Noelia Lemus, educadora expresó que para abordar temas de prevención en jóvenes los medios que se utilizan son dinámicas, cortometrajes, la metodología Caza Mitos que consiste en fichas de papel en las que ellas y ellos escriben; los mitos y realidades en VIH.

No utilizan los trifolios y rotafolios, debido a que los jóvenes prefieren los juegos, es por ello que nuestras capacitaciones realizamos dinámicas al inicio y al final de la actividad, comentó Noelia Lemus.

El 18 de julio de este año se realizó una capacitación a 60 jóvenes comprendidos entre las edades de 13 a 19 años de edad de diferentes centros educativos de Escuintla; estas inician con presentaciones powerpoint, así como charlas preventivas en las que participan con la práctica de colocar el condón en el dildo (pene de madera).

Sin embargo, según observación del 18 de julio debido por falta de tiempo no se concluyó con una metodología. La capacitadora se estresó y ya no se expresaba adecuadamente y un joven le comentó a la persona que estaba a la par de él “ella no sabe nada”.

Otra participante le dijo cálmese; Fernanda Chan respondió “disculpen pero indicaron que ya no tenía más tiempo para terminar y aseguro “quiero renunciar”.

Cuando la capacitadora dio la plática de VIH una de las participantes le dijo que ella rechazó su opinión; esto debido a que Fernanda Chan indicó que el término correcto es viviendo con VIH y no portadora (or).

## Imagen 11. Capacitación a jóvenes de Escuintla



Fuente: Amugen Fernanda Chan en cargada del Componente de Juventudes en capacitación a jóvenes

En las capacitaciones dirigidas a jóvenes según las observaciones directas participativas de julio se estableció las siguientes debilidades.

- El tema: no investiga datos o estadísticas de lo que expondrá.
- No planifica: El orden de los temas: se evidencia en el uso de los términos correctos se informan al final y esto debe ser al inicio.
- El tiempo: No termina algunas metodologías, porque no programan y toman el tiempo.
- El verificar el lugar: Llevan varios materiales debido a que no conocen el lugar en el que realizarán la actividad.
- Carecen de un juego participativo y generador de diálogo para términos correctos en VIH.

#### 4.4 FODA

El análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas es una de las herramientas que provee insumos necesarios para el análisis la comunicación interna y externa de Amugen; con la finalidad de establecer las debilidades y fortalecer esta asociación; para ello se contó con la participación de las coordinadoras e integrantes, a quienes en reunión se les entrevistó el 16 de junio de este año.

Tabla 8. FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Las integrantes saben la Visión, Misión y objetivo de Amugen</li><li>• Cuentan con un plan de trabajo.</li><li>• De 13 a 10 les gusta capacitar en prevención.</li><li>• Las 20 integrantes están interesadas en capacitarse en comunicación para el desarrollo</li><li>• Equipo multidisciplinario integrado por pedagogas, psicólogas y trabajadoras sociales que son las personas que capacitan.</li><li>• Para situaciones de emergencias tienen asignada a vocera que ha sido capacitada en temas de VIH</li><li>• Personería jurídica.</li><li>• Tienen sede propia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitaciones constantes del personal, pero carecen de material educativo.</li><li>• Crear su propio material con la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo</li><li>• Planificación desde la Comunicación para el Desarrollo</li><li>• Participación en congresos internacionales.</li><li>• Alianzas estratégicas con organizaciones, asociaciones y cooperantes internacionales para la articulación de acciones preventivas.</li><li>• Ampliar la cartera de servicios de la asociación.</li><li>• Donación de métodos de barrera y pruebas rápidas de VIH.</li></ul>

Fuente: propia

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tienen recursos económicos para compra de materiales educativos.</li> <li>• Las mujeres que desean capacitar como lideresas se enferman, con lo que se retrasa empoderamiento.</li> <li>• Bajo nivel educativo; de las 20 integrantes siete; están estudiando primaria.</li> <li>• Desconocen que es Comunicación para el Desarrollo.</li> <li>• No planifican las capacitaciones</li> <li>• No preparan la información de los temas que impartirán.</li> <li>• No tienen una metodología para términos correctos del VIH</li> <li>• No sistematizan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación hacia las integrantes que viven con y conviven con VIH</li> <li>• Misoginia, debido a que es una asociación que trabaja por y para las mujeres.</li> <li>• Que las destituyan del puesto que ocupan en la institución que laboran; debido a que el salario que devengan las integrantes pagan el alquiler de la sede que es de dos mil 500 quetzales mensuales.</li> <li>• Bloqueo de apoyo técnico por parte de Red de Mujeres Positivas en Acción, coordinadora la Sra. Berta Chete.</li> </ul>

Fuente: propia

## 4.5 Análisis y pronóstico de la situación

Tabla 9. Interpretación interna FODA

No.	Variable	Fortalezas	Debilidades
2.	Desarrollo humano	Aceptación en público que viven con VIH y que tienen familiares que viven con el virus.	La única que acepta en público que vive con VIH, es la coordinadora. La encargada del componente de Juventudes ha sufrido de discriminación por tener familiares que viven con VIH.
2.	Comunicación	Aceptación de la importancia de la Comunicación para el Desarrollo.	Es necesaria la capacitación para el empoderamiento del de las integrantes en este tema y así puedan planificar las actividades.

Fuente : Guidel García

Tabla 10. Interpretación externa FODA

NO.	Variable	Fortaleza	Debilidad
1	Estrategia	Alianzas Estratégicas.	Necesitan una estrategia de Comunicación para el Desarrollo para fortalecer las capacitaciones y talleres.
2.	Imagen	Están capacitando a la encargada del componente de Juventudes en para vocería.	Desconoce la importancia de Comunicación para el Desarrollo.

Fuente: Propia

## **4.6 Factores influyentes: directos e indirectos**

### **Factores Directos**

**Falta de interés** del resto de las integrantes en la importancia de la Comunicación para el Desarrollo, esto debido al desconocimiento en el tema; entre las integrantes hay pedagogas, psicólogas y trabajadoras sociales y algunas no han terminado la primaria y básicos, por lo que solo dos reconocen lo importante que la comunicación interna, externa y para el desarrollo.

**Falta de empoderamiento de las integrantes de Amugen** para la aceptación en público que viven con VIH, un factor que influye en esta situación es el estigma y discriminación que sufren constantemente. Sin embargo la Licda. Iris López, indicó que ya se trabaja en esto pero es necesario fortalecer estas acciones.

**Los únicos dos canales para contactar a Amugen** son la coordinadora general, Licda. Iris López y la de monitoreo y Evaluación, Licda. Evelyn Lucas; que con regularidad se realiza a través de facebook y/o teléfonos celulares, debido a que no cuentan con recursos económicos para contratar a una secretaria que permanezca en la sede de lunes a sábado.

**La única imagen externa** de la asociación es la coordinadora; debido a que hace saber a todo el público que es una persona que vive con VIH, esto con la finalidad concientizar a las personas de lo importante que es la prevención de esta afección; por lo cual ha participado en varias campañas de prevención, como se menciona con anterioridad.

Con las otras integrantes se trabaja para la aceptación pública de ellas, que vivir con VIH, esto con el apoyo de las psicólogas externas, que brindan sus servicios gratuitos, indicó la Licda. Iris López, coordinadora de Amugen, en entrevista realizada el 20-07-2013.

Actualmente, también se está capacitando a la encargada del componente de Juventudes en vocería, esto por parte de una ONG, debido a que a este componente se le está priorizando, destaco la Licda. Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo y Evaluación, en entrevista el 20-07-2013.

### **Factores Indirectos**

Son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema, entre ellos se puede mencionar:**Económicos:** No cuenta con recursos económicos lo que les obstaculiza la compra de materiales educativos, así como útiles y enseres que se necesitan en una oficina.

**Sociales:** Las personas que viven y conviven con VIH sufren actos de discriminación; es por ello que la Coordinadora de Amugen apoya campañas en medios masivos en prevención de estigma y discriminación como la de Fernando Iturbide que inició el 17 de junio y finaliza 17 de julio del presente año.

“La discriminación que se observó con el lanzamiento de la Campaña de Estigma y Discriminación de Fernando Iturbide, la cual fue retirada por instrucciones del Alcalde de la Ciudad. Sin embargo gracias al apoyo de instituciones se colocó de nuevo el día martes 25 de junio de este año”, indicó la Licda. Iris López en entrevista 26-06-2013.

Imagen 12. Valla Soy profesional que aborda el tema estigma y discriminación



Fuente: Amugen

Licda. Iris López, Coordinadora de Amugen apoya la campaña de Fernando Iturbide

Fernanda Chan, encargada del componente de Juventudes, indica que “he sufrido discriminación porque mis padres viven con VIH, por cual en las capacitaciones doy mi testimonio; un ejemplo es que todas mis amigas me dejaron de hablar cuando se enteraron que mi mamá y papá tienen el virus”.

**La misoginia:** este término está formado por la raíz griega “miseo”, que significa odiar, y “gyne” cuya traducción sería mujer y se refiere al odio, rechazo, aversión y desprecio de los hombres hacia las mujeres y en general, hacia todo lo relacionado con lo femenino.

En la teoría feminista, la misoginia está reconocida como una ideología política similar al racismo, existente para justificar y reproducir la subordinación de las mujeres por los hombres.

Las integrantes de Amugen han sufrido de misoginia en varias oportunidades, esto por ser una asociación de mujeres para mujeres, expresó Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo en entrevista, 26-10-2013.

Por ello, actualmente, se está trabajando en la implementación de las nuevas masculinidades, para contribuir a eliminar con el sistema patriarcal que se tiene en este país indicó la Licda. Iris López, coordinadora de Amguen, en entrevista del 26-10-2013.

## 4.7 Árbol de Problemas

**Figura 7. Árbol del Problema**



Fuente: propia

#### 4.8 Determinación de prioridades comunicacionales y situaciones ideales

Tabla 11. Prioridades comunicacionales y situaciones ideales

<b>Prioridades comunicacionales</b>	<b>Situaciones ideales</b>
Desconocimiento en Comunicación para el desarrollo.	El 90% de las integrantes sabe que es la Comunicación para el desarrollo.
No tienen un mecanismo para dar a conocer los términos correctos de VIH.	Elaboración de juegos participativos de términos correctos del VIH.
No planifican las capacitaciones.	Planifican las capacitaciones y talleres de forma participativa.

Fuente: propia

#### 4.9 Funciones de la Comunicación para la solución de problemas

La comunicación es trascendental en las todas las actividades que se realizan; debido a que permite determinar actitudes, conocimientos, realizar consultas, establecer necesidades, formular e implementar proyectos de desarrollo para una organización.

La Organización para las Naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, [www.fao.org](http://www.fao.org)) enfatiza que una buena comunicación en todos los niveles permite reconocer los problemas más importantes y dar soluciones a estos; a través de crea un clima de identificación y participación de todos sus integrantes para poner en práctica las decisiones que se determinen en conjunto.

En Amugen, de 20 integrantes, solo dos personas reconocen la importancia de la comunicación interna, externa y para el desarrollo, es por ello que la participación, asignación y coordinación de actividades comunicacionales está concentrada en la Coordinadora General de esta asociación.

Sólo a través de la comunicación las beneficiarias de un proyecto se convertirán en protagonistas, asegurando el éxito de los programas que ejecuten o implementen a futuro.

Amugen, hasta el momento no ha despertado el interés del resto de las integrantes, para que participen en actividades externas de comunicación y de esta forma captar ayuda económica para fortalecer las acciones que realizan en los grupos de trabajo (niñas, jóvenes y mujeres) de la asociación.

Es por ello, necesaria la sensibilización y capacitación de las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva para adquirir conocimientos relacionados con la comunicación.

La comunicación es también imprescindible para mejorar la coordinación y el trabajo en equipo con el fin de gestionar programas de desarrollo y obtener apoyo institucional; así como asegurar la continuidad de los proyectos.

En Amugen, las actividades antes mencionadas están concentradas en la coordinación la Licda. Iris Isabel López Velásquez y la Licda. Evelyn Lucas.

Es necesario promover medidas que impulsen una planificación a través de una estrategia de comunicación interna de Amugen, para generar el desarrollo de esta.

El desarrollo implica cambios y nuevas formas de actuación de todas las integrantes de Amugen, como:

- El 90% de las integrantes sabe que es Comunicación y para el Desarrollo; con ello planificarán y fortalecerán a la asociación.
- Contarán juegos participativos de términos de VIH dirigido a jóvenes
- La encargada del componente de adolescente planifica las capacitaciones

## **Capítulo 5: Propuesta de Estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

### **5.1 Justificación**

La Asociación de Mujeres Gente Nueva contribuye al cumplimiento de los Objetivos del Milenio a través de las capacitaciones y talleres que brinda a la población guatemalteca que tiene como finalidad el desarrollo humano de las guatemaltecas.

Una de las recomendaciones del Consenso de Roma es que todas las organizaciones que trabajen en desarrollo debe instalen un componente de la CpD para generar la apropiación y transformación social en beneficio de los que lo necesitan.

Por ello, es importante empoderar a las integrantes del componente de juventudes de Amugen en Comunicación para el Desarrollo; ya que las juventudes son el presente y futuro del país.

Para aplicar de la CpD es necesario partir de los elementos de comunicación y para su aplicación a través de la planificación estratégica; esta facilita la participación de las personas, involucra más individuos, genera resultados, así como gestiona, revisa, adapta o crea nuevas estructuras o programas.

Es por ello, que la presente estrategia de Comunicación para el Desarrollo se basa en tres líneas de acción como se detalla en la página 70.

También detalla (Gutiérrez, 1994: p.70) “los talleres no son un fin en sí mismos, forman parte de un proceso que involucra a los participantes con lo que se abre el camino para elaborar posibles mensajes dentro de un grupo como por ejemplo: títeres, dramatizaciones, juegos y otros; así la investigación y la validación pasan a integrarse a una relación más amplia con la cultura y vida cotidiana de la gente”.

Por ello, también la validación de los productos de comunicación son una acción importante para la aplicación de la CpD, debido a que es un producto de un trabajo colectivo en la que van ofreciendo sus percepciones y desarrollando su análisis; porque se basa en lo alternativo, grupal y crítico.

## **5.2 Objetivos de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

### **5.2.1 General**

A través del Diseño participativo de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo dentro del componente de Juventudes de Amugen, iniciar espacios participativos para los jóvenes.

### **5.2.2 Específicos**

- Impulsar la planificación participativa para la apropiación de las juventudes en el tema de VIH.
- Generar espacios participativos que promuevan la reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH

## **5.3 Públicos**

Capacitadoras del componente de juventudes de Amugen

Jóvenes de 11 a 18 años de edad

## **5.4 Propuesta**

Para la implementación de la Comunicación para el Desarrollo la estrategia está dirigida al Componente de Juventudes de Amugen se basó en la siguientes líneas de acción.

### **Línea de acción No 1**

Sensibilizar en Comunicación para el Desarrollo a las integrantes del componente de juventudes de Amugen para la aplicación de CpD, esto para generar espacios de reflexión, diálogo y crítica; así como el empoderamiento las juventudes para la prevención del VIH.

### **Línea de acción No. 2**

Planificar de las capacitaciones y talleres de Amugen alrededor de la comunicación participativa para generar el involucramiento de las juventudes y crear una empatía en el tema del VIH

### **Línea de acción No. 3**

Construir un juego participativo en VIH que promueva la reflexión y debate entre las juventudes para que realicen propuestas y acciones en prevención del VIH en esta población.

### 5.3.1 Matriz de coherencia para plan de comunicación

Tabla 12. Matriz de coherencia para plan de comunicación

<b>Objetivo General</b>						
A través del Diseño participativo de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo dentro del componente de Juventudes de Amugen e iniciar espacios participativos para los jóvenes.						
<b>Objetivos específicos</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar la planificación participativa para la apropiación de las juventudes en el tema de VIH.</li> <li>• Generar espacios participativos que promuevan la reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH</li> </ul>						
<b>Problema</b>						
Desconocimiento en Comunicación para el Desarrollo, en las integrantes del componente de juventudes de la Amugen, influye en que no planifican las capacitaciones o talleres de forma participativa, por lo cual no cuentan con juegos participativos en VIH.						
<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Interlocutores</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Medios</b>	<b>Presupuesto</b>
Sensibilizar en Comunicación para el Desarrollo a las integrantes del componente de juventudes de Amugen para la aplicación de CpD actividades.	Taller	Reflexivo	Integrantes del Componente de Juventudes de Amugen	Las integrantes de Amugen estén empoderadas de la Comunicación para el Desarrollo para su aplicación en las actividades que realizan	Taller	Q.500.00

<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Interlocutores</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Medios</b>	<b>Presupuesto</b>
Planificar las capacitaciones y talleres de Amugen alrededor de la comunicación participativa para el involucramiento de las juventudes	Guía para planificar de forma participativa las capacitaciones y talleres	Reflexivo y participativo	Integrantes del Componente de Juventudes de Amugen	A través de la planificación participativa se involucran los jóvenes	Dentro de la sede de Amugen	Q.1,000.00
Construir un juego participativo en VIH para facilitar la reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH	Juego de enseñanza reflexivo, críticos y generador de diálogo	Reflexivo y lúdico	Integrantes de Amugen y juventudes	La creación de juegos de aprendizaje para propiciar la reflexión, el diálogo, la crítica, propuestas, acciones y empatía en el tema de VIH.	Dentro y fuera de la sede de Amugen	Q.1,500.00

Fuente: propia

## 5.4.2 Plan de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo

- **Problema**

Desconocimiento en Comunicación para el Desarrollo, en las integrantes del componente de juventudes de la Amugen, influye en que no planifican las capacitaciones o talleres de forma participativa, por lo cual no cuentan con juegos participativos en VIH.

- **Objetivo de comunicación**

Sensibilizar a las integrantes de Amugen en Comunicación para el Desarrollo para que reflexionen que comunicación aplican y cuál es la ideal para alcanzar sus objetivos.

- **Actividades**

Para (Freire, 1973: p107) las capacitaciones o cualquier otro medio que se utilicen; debe estar orientado a la reflexión, para que sean ellos quienes se descubran así mismos y puedan transformar su realidad.

Es por ello, que la primera línea de acción es un taller con el objetivo de sensibilizar a las integrantes de Amugenen Comunicación para el Desarrollo, para que reflexionen y establezcan que comunicación aplican y cuál es la ideal para alcanzar sus objetivos.

### **Taller de Sensibilización en CpD**

Lugar:	Sede Amugen	Fecha:	25 de agosto del 2013
Duración:	8 horas	Capacitadora:	Claudia López

Imagen 13. Comunicación tradicional

1

### Comunicación tradicional

Para Mario Kaplún es una transmisión de mensajes unilateral de un emisor a un receptor a través de un canal determinado.

Esta comunicación busca utilizar los mensajes y sus medios como herramientas para sostener un sistema consumista, utilitario e individualista.

Este se basa en el cambio de comportamiento a través de la persuasión.



A cartoon illustration showing a woman with curly hair and a patterned top talking to a man. The man is holding a bottle of shampoo. A speech bubble from the woman says, "A usted, le conviene usar un buen champú...".

Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 14. Funciones del emisor y receptor

2

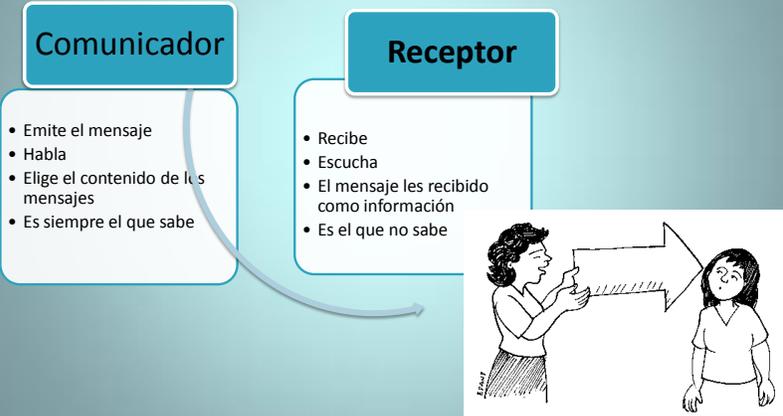
### Funciones del emisor y receptor

**Comunicador**

- Emite el mensaje
- Habla
- Elige el contenido de los mensajes
- Es siempre el que sabe

**Receptor**

- Recibe
- Escucha
- El mensaje les recibido como información
- Es el que no sabe



A diagram illustrating the functions of the communicator and the receiver. On the left, a box labeled 'Comunicador' lists: 'Emite el mensaje', 'Habla', 'Elige el contenido de los mensajes', and 'Es siempre el que sabe'. On the right, a box labeled 'Receptor' lists: 'Recibe', 'Escucha', 'El mensaje les recibido como información', and 'Es el que no sabe'. A large arrow points from the communicator to the receiver. Below the text boxes is a cartoon illustration of a woman pointing towards a man who looks confused.

Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 15. Otros elementos del proceso de la comunicación

3

### Otros elementos del proceso de la Comunicación

**Canal:** es el medio y/o vehículo a través del cual se comunica el mensaje enviado por el emisor

**Código:** se compone por un sistema de signos reglas que utilizamos para transmitir mensajes

**Contexto:** Lugar y/o espacio en que se desarrolla el proceso comunicacional

**Retroalimentación:**  
La respuesta del receptor



Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 16. Información y Comunicación

4

### Información y Comunicación

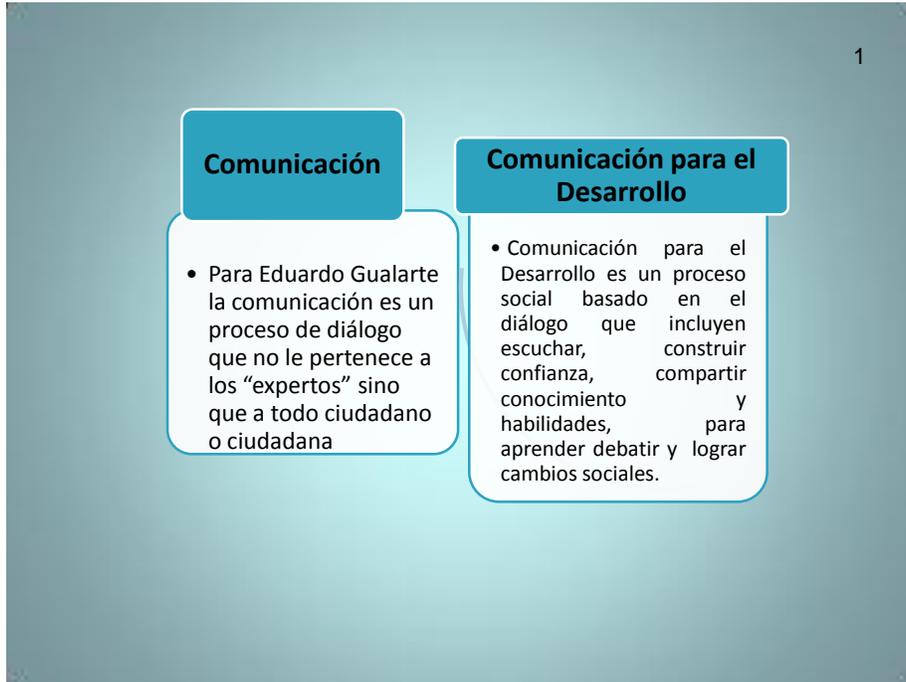
Mario Kaplún hace una división entre información y comunicación: la primera se refiere al sistema de transmisión de mensajes y la segunda al proceso de diálogo.



Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 17. Comunicación y Comunicación para el Desarrollo



Fuente: propia

Imagen 18. Emisor y receptor en CpD



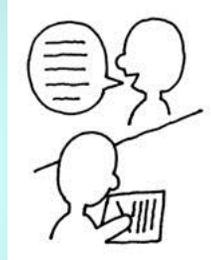
Fuente: propia

Imagen 19. El Mensaje

3

### El mensaje

Es lo que el emisor estructura; es lo que dicen de un hecho y llega a los sentidos del receptor. Hablamos de los sentidos, pues los mensajes no solamente son hablados, también percibimos mensajes con la vista, con el olfato, con el tacto.

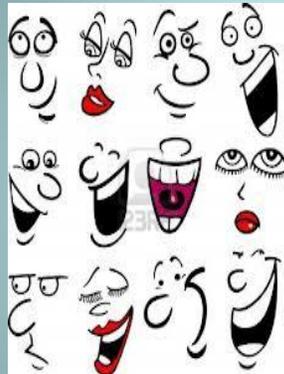


Fuente: propia

Imagen 20. Los códigos

4

### Códigos



Son los idiomas escritos o hablados. Hay otros códigos que son también importantes como: el lenguaje de los gestos, ¿qué nos dice ver a una persona riendo?, ¿qué nos dice ver a alguien llorando?; el de los colores ¿acaso el color negro no nos indica luto?

Fuente: propia

Imagen 21. Medios o Recursos

5

### **Medios o recursos**

Hay una riqueza de medios y recursos para la comunicación. En muchas comunidades, los medios efectivos de comunicación no son, a veces, ni la radio ni la televisión, lo son, los líderes comunitarios: los maestros, los presidentes de comités, los alcaldes auxiliares, los párrocos, los pastores, los Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES)... en fin, toda aquella gente que tiene relación con la demás gente.

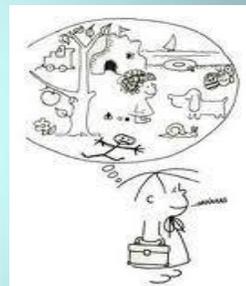
Fuente: propia

Imagen 22. Referente

6

### **Referente**

Son los puntos de vista o versiones que acerca del tema que plantean tanto emisores/as como perceptores/as, lo cual está condicionado por factores como la edad, etnia, género, escolaridad, experiencia vivida, etc.



Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 23. Marco de Referencia

7

### Marco de Referencia

El contexto real donde ocurre el proceso de comunicación (político, económico, cultural, social, etc.).  
Un mensaje tiene riqueza cuando toma en cuenta lo que conoce y valora por el perceptor.

Fuente: propia

Imagen 24. El proceso de Comunicación para el Desarrollo

8

### El proceso de la Comunicación para el Desarrollo

EMISORA

PERCEPTORA

CÓDIGO

REFERENTE

MENSAJE

MEDIO O RECURSO

MARCO DE REFERENCIA

Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Tabla 13. Metodología del taller de sensibilización a integrantes de Amugen

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
<b>30 Minutos</b>	Comunicación tradicional y proceso de comunicación.	Presentación Power Point de Comunicación. Cada diapositiva es leída por las integrantes de Amugen brindaron un ejemplo.	<p>Fernanda Chang, educadora Juventudes, indicó que la comunicación tradicional es la que realizan los padres con sus hijos, porque muchas veces solo dicen que deben hacer, pero no los escuchan.</p> <p>Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo y Evaluación indicó que un ejemplo de esta comunicación son las Campañas de Prevención como “Hazte la Prueba de VIH”.</p> <p>Fernanda Chang, educadora juventudes indicó que también está la campaña de Estigma y Discriminación de Fernando Iturbide.</p>
<b>30 Minutos</b>	Comunicación para el desarrollo.	Tarjetas media carta con contenido que es Comunicación para el Desarrollo, esta fue leída y explicadas por cada integrante de Amugen, se generó el diálogo	Patricia López, educadora, indicó las campañas de publicidad que promocionan productos para bajar de peso.

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
<b>30 Minutos</b>	Proceso de la Comunicación para el desarrollo.	Tarjetas media cada con contenido: Cuales son los elementos de la Comunicación para el Desarrollo; cada una de las integrantes leyó y represento un elemento de la comunicación.	<p>Margarita Ortíz, educadora indicó que un ejemplo es cuando el Dr. Herrarte debatió a un expositor en variables de VIH.</p> <p>Noelia Lemus, educadora juventudes, señaló que un código es el color rojo que representa el VIH.</p> <p>Iris López, coordinadora, explicó que un medio o recurso en su pueblo era que un señor con un tambor se colocaba en el parque a informar las decisiones de la Municipalidad.</p>
<b>15 Minutos</b>	Trabajo de grupos de 5 personas para establecer que comunicación aplican y cuál utilizarán en las capacitaciones.	Escriben en papelógrafos y exposición por integrantes de Amugen.	Determinaron que utilizan la comunicación tradicional y la participativa; porque en algunas capacitaciones únicamente realizan una presentación power point y resaltó que tienen participativas como Caminando en tus zapatos.
<b>Producto: Reflexionen y determinen como quieren seguir trabajando</b>			

Fuente: propia

Imagen 25. Taller en CpD a integrantes de Amugen



Fuente: propia      Licda. Iris López, Fernanda Chan y Gabriel Chan en taller de Comunicación para el Desarrollo

Para la aplicación de Comunicación para el Desarrollo es necesaria la planificación estratégica, ya que esta genera el involucramiento de todas(os) los actores; así como cuestiona, revisa y adapta estructuras, programas, sistemas y objetivos generando resultados; por ello esta es la segunda línea de acción que tiene como objetivo que las integrantes de Amugen elaboren una guía para planificar las actividades de forma participativa.

Para (Freire, 1973, p.77) en su libro Extensión o Comunicación detalla “conocer no es el acto, a través del cual un sujeto recibe dócil y pasivamente los contenidos que otro le da o le impone”.

## Contenido para elaboración Planificación estratégica en CpD

Imagen 26. La planificación estratégica en la comunicación

1

### La planificación estratégica en la comunicación

Es el resultado de pensar las acciones que vamos a ejecutar en cada una de las fases del proceso comunicativo.



Con información de power point  
De Lic. Héctor Salvatierra del curso  
Planificación de las Comunicaciones

Fuente: propia

Imagen 27. Etapas de la planificación estratégica

2

### Etapas de la planificación estratégica Análisis de receptores

- ¿Analizamos a la población que capacitaremos? ¿Quiénes son? ¿Qué saben del tema que se tratará? . Esto se asegura el entendimiento del mensaje



Fuente: propia

Imagen 28. La selección del tema

3

## La selección del tema

- ¿Conocemos el tema? ¿Preparamos el contenido?
- La elegimos con base a estadísticas, situación de violencia u opiniones de VIH de las usuarias. En otras palabras, corresponde al referente y marco referencial.



El diagrama muestra un círculo naranja con cinco íconos distribuidos: 'Servicio educativo' (un libro y una persona), 'Familia' (una familia), 'Comunidad' (un grupo de personas), 'Profesionales' (un grupo de personas) y un ícono central de una persona.

Fuente: propia

Imagen 29 ¿Dónde se realizará la capacitación o taller

4

## Dónde se realizará la capacitación o el taller?

- Un jardín, un parque, un o salón de reuniones, da la pauta para planear el comportamiento y la voz más adecuada del expositor.
- También el lugar determina el tipo de materiales a utilizar



La fotografía muestra un salón de reuniones con sillas azules, una pizarra y una pantalla de proyección.

Fuente: propia

Imagen 30. El tiempo

6

## ¿Tiempo?

¿Cuánto tiempo tenemos asignado? De esto depende que profundicemos en los temas.



Fuente: propia

Imagen 31. ¿Cómo lo vamos hacer?

5

## ¿Cómo lo vamos hacer?

Se utilizará una power point, rótulos, cortometraje o trabajo en grupos.



Fuente: propia

Tabla 14. Metodología para elaboración de guía de planificación estratégica en Comunicación para el Desarrollo

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
<p><b>30 Minutos</b></p>	<p>La planificación estratégica y pasos en Comunicación para el Desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada integrante indicó que es para ellas la planificación en la comunicación.</li> <li>• Capacitadora explicó y generó el diálogo qué es la planificación y sus pasos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amalia López indicó que para ella planificar era hacer una agenda de una actividad.</li> <li>• Licda. Iris López, criticó la guía de los jóvenes debido a que le faltó la hora de inicio de la actividad.</li> <li>• Las integrantes expusieron que la guía solo debe llevar los pasos a seguir y una gráfica por cada elemento.</li> <li>• Gabriel Chan, colaborador de Amugen expresó que el lugar de realizar tanta dinámica, elaboren un juego de conocimientos que los prepare antes de tratar la temática de VIH</li> <li>• Ramona Guzmán, le indicó que las dinámicas son para no se aburran los jóvenes.</li> <li>• Fernanda Chan aseguró que ya tenían un juego de aprendizaje</li> </ul>
<p><b>30 Minutos</b></p>	<p>Ejercicio para planificar las actividades desde la CpD</p>	<p>Se trabajó en grupo de cinco personas para planificar un taller e indicar como debería ser la guía de planificación</p>	<p>Algunos detalles que establecidos por mujeres de Amugen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta debe ser como el moño del VIH</li> <li>• Los colores: rojo, azul , rosado, lila muy claro</li> <li>• Que el moño sea como un afiche</li> </ul>

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
15 Minutos	Exposición para establecer guía de planificación	Dos representantes de cada realizaron la exposición.	Establecieron que la guía fuese en un moño del VIH, el fondo el color de la presentación de Amugen expresó Fernanda Chan

Fuente: propia

Imagen 32. Ejercicio de planificación de un taller y realización de guía



Fuente: propia Fernanda Chan y Susana Cuxil del Cid, exponiendo los pasos para planificar de forma participativa

Imagen 33. Afiche de guía de planificación en Comunicación para el Desarrollo



Fuente: propia

Como resultado de la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo a través de la planificación estratégica que promueve la participación de los interlocutores y como parte de la tercera línea de acción y con el objetivo de construir un juego participativo de VIH y validación de este, para facilitar la participación, reflexión, crítica y propuestas para la prevención del virus.

Para (Gutiérrez y Prieto, 1994: p.69) detalla que la mediación pedagógica basa su labor en la preparación de materiales en la que los interlocutores son quienes crean los mensajes, evalúan y validan los mismos con el objetivo de llevar material atractivo, dinámico como juegos, dramatizaciones o títeres.

### **Contenido para creación y validación de juego de términos en VIH**

Imagen 34. ¿Qué es validar?

1

## **¿Qué es validar?**

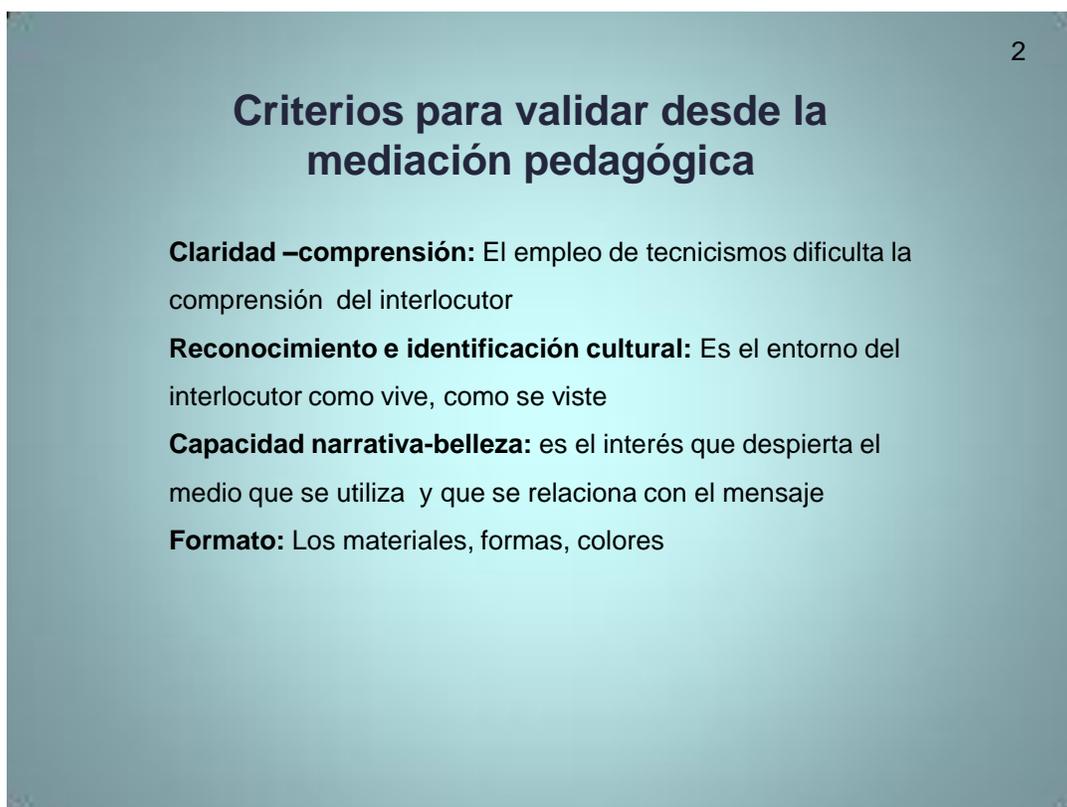
Para Gutiérrez y Prieto es la prueba de los materiales con un grupo de personas, antes de su difusión de los materiales educativos

### **¿Por qué es importante validar?**

- Si aplicamos la CpD debe ser participativa no impositiva  
un ejemplo: El joven que da su testimonio en el corto metraje Pasión por la Vida que indica “lo único que sabía del VIH era por las campañas”
- Los interlocutores también pueden aportar ya que son perceptores, reflexivos y críticos que pueden realizar acciones su desarrollo

Fuente: propia

Imagen 35. Criterios para validar desde la mediación pedagógica



Fuente: propia

Tabla 15 .Crear y validar juego de Pelota

Tiempo	Tema	Metodología
<b>30 Minutos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qué es la validación</li> <li>• Por qué es importante validar</li> <li>• Criterios para validar</li> </ul>	<p>Esta actividad inició con preguntas a las integrantes de qué es para ellas Validar, es importante; si o no y por qué?.</p>
<b>30 Minutos</b>	<p>Crear del Juego de Pelota</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está la presentó la encargada del componente de juventudes, quien estableció las reglas del juego.</li> <li>• Explicará las reglas del juego, las cuales son las siguientes:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las y los participantes deben pasar la pelota, mientras la educadora emitirá un sonido con un marcador en el pizarrón.</li> <li>2. Cuando deje de escucharse, la persona que tenga la pelota deberá seleccionar y leer un mensaje e indicar si el mensaje es falso o verdadero y por qué?</li> <li>3. Las y los compañeros serán quienes indiquen si es adecuado o no la respuesta de la persona que leyó el mensaje Quién no de una respuesta o lea un mensaje que ya ha sido leído realizará una penitencia que establecerá el grupo.</li> </ol> </li> </ul>

Tiempo	Tema	Metodología
<b>30 Minutos</b>	Validación del juego de la pelota por las integrantes de Amugen	La capacitadora explicó y presentó una guía de validación que resolvieron las sociales de Amguen. En grupos de 5 resolvieron la guía de validación Al finalizar ser realizó una exposición por grupos para establecer, material y tamaño de la pelota entre otros.
<b>Producto: Juego Shute pelota</b>		

Fuente: propia

**Imagen 36. Creación del juego de términos de VIH**



Fuente: propia Elaboración del juego por Fernanda Chan

- **Resultados esperados**

- Las integrantes de Amugen estén empoderadas de la Comunicación para el Desarrollo para aplicarla en las actividades que realizan con lo cual se logrará la apertura de espacios para que los jóvenes participen, reflexione y puedan debatir.
- A través de la planificación participativa se involucren los jóvenes para generar la apropiación del tema del VIH
- La creación de juegos de aprendizaje para propiciar la reflexión, el diálogo, la crítica, propuestas, acciones y empatía en el tema de VIH.

- **Presupuesto**

Tabla 16. Presupuesto de actividades

<b>Actividad</b>	<b>Materiales y refacción</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Honorarios Profesionales</b>
Capacitación Sensibilización en Comunicación para el Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcadores, crayones, impresiones, papel construcción</li> <li>• Refacción para 15 personas</li> </ul>	Q.500.00	Q.5,000.00
La planificación estratégica para la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcadores, crayones, impresiones, papel construcción.</li> <li>• Diseño e impresión de afiche.</li> <li>• Almuerzo para 15 personas</li> </ul>	Q.1,000.00	Q.5,000.00
Presentación y validación de la Pelota Caliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcadores, crayones, impresiones, papel construcción.</li> <li>• Compra de pelota y grabado de mensajes.</li> <li>• Refacción para 15 personas</li> </ul>	Q,1,500.00	Q.5,000.00
<b>Total presupuesto</b>		Q3,000.00	Q.15,000.00

Fuente: propia

### 5.4.3 Validación de la propuesta

Para la validación de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo dirigida al componente de Juventudes de Amugen; el 18 de agosto se presentó a 13 integrantes de la asociación el diagnóstico y análisis de la CpD.

Se les presentó una guía para validar los contenidos que se desarrollarían de acuerdo a la estrategia de comunicación.

El 100% respondió estar de acuerdo con los contenidos y productos de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo para el Componente de Juventudes de Amugen.

### 5.4.4 Cronograma de la implementación de la propuesta

Tabla 17. Cronograma de Actividades

	Agosto				Septiembre			
Actividad por semana	5 al 10	12 al 17	19 al 24	26 al 31	2 al 7	9 al 15	16 al 21	24 al 28
Elaboración de estrategia	x	X	x					
Implementación estrategia				x	x	x		
Taller en CpD								
Validación de los Materiales							x	
Monitoreo y evaluación							x	x

Fuente: propia

#### **5.4.5 Plan de monitoreo y evaluación**

##### **La metodología de Monitoreo del Cambio Más Significativo -CMS-**

El Cambio Más Significativo –CMS- detalla (Gularte, 2013: p.79) “no utiliza indicadores predefinidos, sobre todo medibles y cuantificables como lo emplean las metodologías de comunicación basadas en Cambio de Comportamiento.

El CMS reconoce que los cambios se manifiestan con frecuencia en “forma de historias: quién, qué, cuándo y dónde, planteando las razones de por qué se consideran estas historias importantes.

De acuerdo con (Gularte, 2013: p. 80) los pasos del CMS son:

##### **1. Despertar el interés de usar el CMS**

En cada una de ellas se narran historias que corresponderá a registrar los cambios que han realizado.

##### **2. Definir los dominios del campo**

Es establecer los cambios en la calidad de vida de la gente, cambios en la naturaleza de la participación de la gente en actividades de desarrollo, cambios en la sustentabilidad de las organizaciones, de las personas y de las actividades, o cualquier otro cambio.

##### **3. Definir el periodo de reporte**

Este lo establece según sus prioridades

##### **4. Recoger las historias de cambios**

En esta parte se aplican preguntas generadoras y se establece la técnica de entrevista.

##### **5. Seleccionar la historia más importante**

Para ello hay que analizar las historias y jerarquizar

##### **6. Análisis secundario y monitoreo**

Para esta actividad (Gularte, 2013: p.80) recomienda: Una hoja de cálculo, colocando en cada columna información como la siguiente: número de serie para cada historia, título de la historia, fecha en que se recogió, nombre de quien documentó la historia, etc.

A continuación se presenta la siguiente guía para establecer el Cambio Más Significativo.

### El Cambio Más Significativo

Fecha: Guatemala 25 de septiembre del 2013

Tabla 18. El Cambio Más Significativo

No.	Nombre y apellido	Sexo	Edad	Campo o dominio	Título	Historia
1	Yasmina María Fernanda Chang, encargada del componente de Juventudes de Amugen	Femenino	18	Cambios en la ejecución de actividades	He mejorado	<p>“He mejorado y aprendí a escuchar a todos los participantes y con tiempo realizo la agenda, ya no tengo tanto estrés como antes; por lo que seguiré trabajando de esta forma”.</p> <p>Fernanda Chan, encargada de Componente de Juventudes de Amugen</p>  <p>Fuente: Fernanda Chan</p>

Fuente: propia

También, se realizó un cuestionario para evaluar el taller, este se realizó con 13 integrantes de Amugen, el 21 de septiembre. El 100% respondió que aplicará la comunicación para el Desarrollo; así como que adquirió conocimientos del tema. El cuestionario se ubica en el anexo 6.

Tabla 19. Respuestas de las 10 preguntas para evaluar el taller

No. De pregunta	Si	No	%
1	X		100
2	X		100
3	X		100
4	X		100
6	X		100
7	X		100
8	X		100
9	X		100
10	x		

Fuente: propia

## Capítulo 6: Resultados

### 6.1 Validación

Para validar la estrategia se realizó una guía de observación que se aplicó en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



Tabla 20. Guía de validación que se utilizó en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes Salud Sexual y Reproductiva

No.	Actividad	Lo aplicó		% de aplicación	Que faltó en la planificación
		Si	No		
1	Planificó la actividad	X		90%	Descargar los corto metrajes
2	Desarrollo toda la agenda	X		100%	-----
3	Respeto la agenda	X		100%	
4	Respeto el horario	X		100%	_____
5	Se cumplió el objetivo de la agenda	X			
6	Aplicó el juego	X		100%	
7	Validó el juego	X		100%	
8	Evaluó el taller	X		50%	Lo realizó cualitativo
9	Se visibilizó más la participación de los jóvenes que la capacitadora	X		100%	
10	Generó participación e involucramiento de las juventudes	X		100%	

Fuente: propia

## 6.2 Implementación

Esta se inició a implementar desde el 18 de agosto en los talleres en los que participó Amugen como “Una voz contra el VIH” organizado el 5, 6 y 7 de septiembre en Quetzaltenango, para lo cual Fernanda Chan realizó la siguiente agenda de trabajo, en la que ya se planifica de forma participativa como trabajos grupales y la mesa de diálogo y juegos participativos.

Imagen 37. Agenda encuentro de jóvenes “Una voz contra el VIH”



*Si eres mujer que vive o convive con VIH, víctima o sobreviviente de violencia intra familiar o sexual, estamos para apoyarte.*

TALLER CROWD OUT AIDS		FECHA: 6, 7 Y 8 DE SEPTIEMBRE DEL 2013		XELA
No.	TEMA	MATERIAL	TIEMPO	
1	presentación con dinámica	Lazo	15 min.	
2	Estigma y discriminación	cortometraje	30 min.	
3	Preguntas en general y participación		10 min.	
4	Trabajo gupal	papelografos y marcadores	15 min.	
5	Exposición grupal		10 min.	
6	cierre: metodología	caja y papeles	10 min.	
			Total	1:30 hrs.

Fuente :Amugen

También se aplicó la CpD en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva, organizada por Amugen y financiada por cooperantes internacionales como CHANGE, esta realizó en la ciudad de Guatemala, el 22, 23 y 24 de septiembre, por lo cual se detalla a continuación la agenda que desarrollo la encargada del Componente de Juventudes de la Asociación en el tema de VIH.

Imagen 38. Agenda de Primera Cumbre Nacional de Juventudes



**Primera Cumbre de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva**

**Objetivo:** Sensibilizar para la toma de decisiones en prevención del VIH

**Tiempo asignado:** Una hora

No.	Tema	Tiempo
1	Presentación de las y los participantes	5 minutos
2	Juego de pelota	15 minutos
3	Guía de pelota <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Le gusto el juego?</li> <li>✓ ¿Comprendió el juego?</li> <li>✓ ¿Si usted tendría que cambiar algo del juego que le cambiaría?</li> <li>✓ ¿Indique tres cosas que aprendió en el juego?</li> <li>✓ ¿Qué otro juego le gustaría que se implementará?</li> </ul>	5 minutos
4	Situación del VIH	10
5	Corto metraje 90 días con VIH	1 minuto
6	Corto metraje Pasión por la Vida: Vivir con VIH . Educación –canal encuentro	2.36 minutos
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesas de diálogo</li> <li>✓ Preguntas generadoras</li> <li>✓ ¿Cómo está la situación en nuestra comunidad sobre el VIH?</li> <li>✓ ¿Qué proponemos como jóvenes para cambiar el estigma y la discriminación por VIH?</li> <li>✓ ¿Qué proponemos para prevenir el VIH?</li> </ul>	20 minutos
8	Cierre/Total de tiempo	60 Minutos

Fuente: Amugen

- **Control del tiempo:** para cada tema que se desarrolló en la Primera Cumbre Nacional de SS y R, se estableció tiempos, lo cuales se cumplieron a cabalidad, esto gracias al apoyo de la co-facilitadora que colaboró con el control del tiempo.

Imagen 39. Control de tiempo por co- facilitadora en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes



Fuente: propia Control del tiempo por facilitadora en Primera Cumbre de Salud Sexual y Reproductiva

- **Generó el diálogo y reflexión en las y los participantes**, un ejemplo es la intervención de Everson Carranza de Izabal; les indicó a los participantes que debían establecer la diferencia entre la palabra contagio y transmisión; esto sin haber llegado a leer la interrogantes de la pelota “El VIH se contagio o transmite”.

Otro ejemplo es el la joven Johana Aguilar, de Go-Joven, indicó que el Gobierno está impulsando la palabra VIH avanzado con el fin de evadir la responsabilidad de asegurar los medicamentos antirretrovirales a las personas que viven con el virus.

Tracy Saravia de Jalapa, afirmó “que el componente de Juventudes de Amugen generó un espacio de diálogo y debate para los jóvenes que participaron en la Primera Cumbre Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.

Imagen 40. Juego de la pelota en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes



Fuente: propia. Everson Carranza es el quinto de lado izquierdo

Imagen 41. Explicación del término VIH avanzado por participantes



Fuente: propia Johana Aguilar, primera de lado derecho, expuso el por qué del término VIH avanzado

- **Se validó el juego de la pelota** durante la Primera Cumbre Nacional de Juventudes.

Imagen 42. Implementación y validación del juego de la pelota



Fuente: propia Fernanda Chan y una participante jugando la Shute Peltoa

Imagen 43. En el juego de pelota facilitadora disminuyó su participación



Fuente: propia Jóvenes jugando la Shute Peloa

### 6.3 Resultados Obtenidos

- **Aplicaron la Comunicación para el Desarrollo a través de la planificación de forma participativa:** Uno de los primeros resultados es que la encargada del componente de juventudes ya planifica sus actividades de forma participativa; por lo cual aplicó juegos participativos como la Shute Pelota y la mesa de diálogo en la que las y los participantes realizaron sus propuestas para prevenir el VIH, por lo cual establecieron que es importante que el gobierno trabaje en promoción y en brindar una atención adecuada.

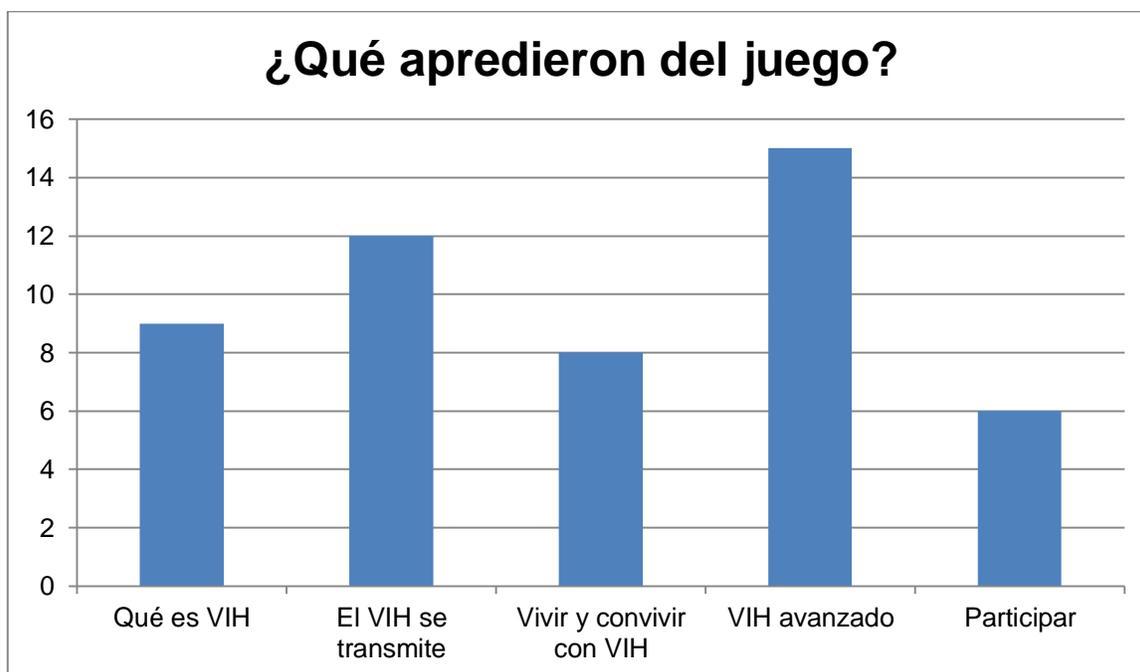
Imagen 44. Jóvenes realizando propuestas en VIH



Fuente: propia Jóvenes realizando propuestas para la prevención del VIH, estigma y discriminación, durante la Primera Cumbre de Salud Sexual y Reproductiva

- **Aplicación y validación del juego de aprendizaje:** El juego Shute pelota fue validado por 50 jóvenes que participaron en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes de Salud Sexual y Reproductiva.  
Los resultados de la validación son los siguientes:

Gráfica 6. ¿Qué aprendieron del juego?



Fuente: propia

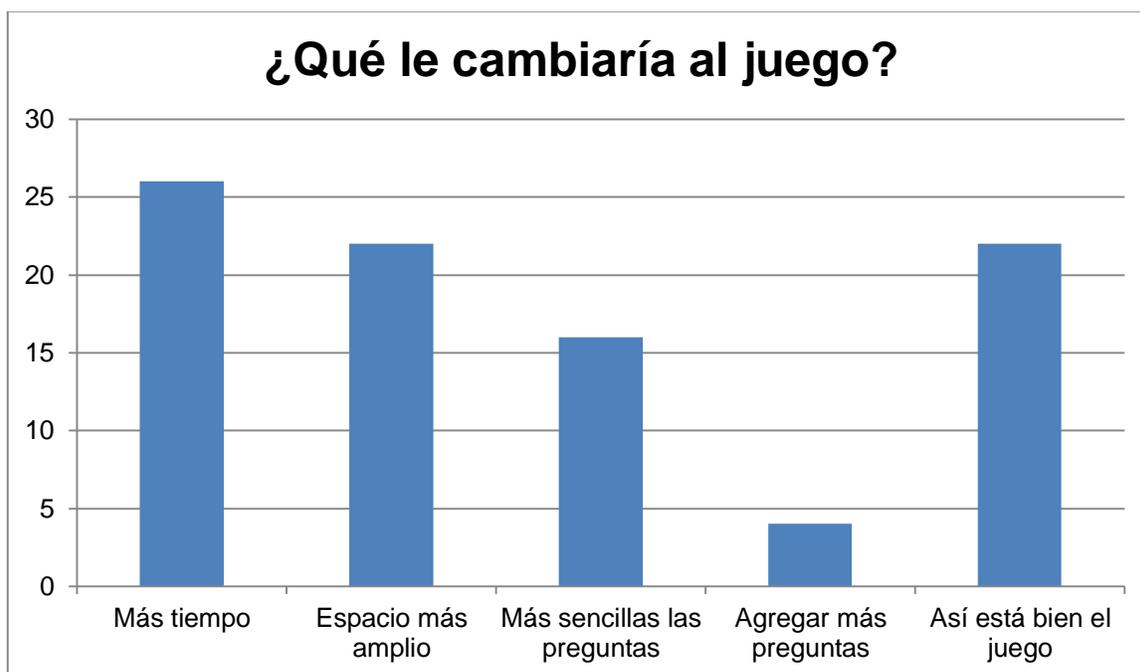
Tabla 21. Respuestas a la pregunta ¿Qué aprendió? por jóvenes que participaron en Cumbre

Qué aprendieron	Cuantos	%
Qué es el VIH	9	15
El VIH se transmite	12	20
Vivir y convivir con VIH	8	16
Porque del término VIH avanzado	15	24
Participación, escuchar, respeto debate, comunicación y retroalimentación	6	12

Fuente: propia

A la pregunta ¿le gustó el juego de la Shute Pelota? el 90% respondió que sí, y el 10% indicó que era calidad.

Gráfica 7. Pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre



Fuente: propia

Tabla 22. Respuestas a la pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre

Respuesta	Cuantos	%
Más tiempo para jugar	16	26
Espacio más amplio	11	22
Más sencillas las preguntas	8	16
Agregar más preguntas	2	4
Así está bien el juego	13	22

Fuente: propia

- **Creación de Juego la Caja Caliente** es de mitos y realidades del VIH. La caja de las sorpresas le llamaron los jóvenes. Esto según resultados de la validación que realizó la Encargada del componente de juventudes de Amugen.

Imagen 45. Juego de la Caja Caliente en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes de Salud Sexual y Reproductiva



Fuente: propia

- **Sistematizó los juegos** de aprendizaje para la aplicación de estos en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes.

Imagen 46. Sistematización del Juego de la Pelota



Metodología



#### Juego Shute Pelota (Voladora)

Objetivo: Reflexivo para que las y los participantes establezcan el por qué de los términos del VIH

1	¿Con cuál de las pelotas quieren jugar?
2	<p><b>Reglas del Juego</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que las y los participantes boleen la pelota. Cuando uno de las y los participantes la deje caer, debe leer una frase que está en la pelota (El que repita una frase que ya ha sido leída, le toca penitencia)</li> <li>• Deben establecer si es correcta o incorrecta la frase y por qué?</li> <li>• La ó el participante que no tiene conocimiento de la frase, puede recibir apoyo del resto de las y los participantes</li> </ul>

Términos de la Shute Pelota (Voladora)	
✓	¿El VIH es el virus de inmunodeficiencia humana?
✓	¿El VIH no tiene cura pero se trata con antirretrovirales?
✓	¿Los antirretrovirales no permiten que el virus se desarrolle?
✓	¿El VIH se adquiere a través de relaciones sexo genitales sin protección?
✓	¿Las personas que conviven con VIH, son las que tienen un familiar o un amigo que vive con el Virus?
✓	¿Las personas con VIH son portadoras del virus?
✓	¿El sida es el síndrome de inmunodeficiencia adquirida?
✓	¿El VIH provoca el sida?
✓	¿El sida es un síndrome de infecciones y enfermedades oportunistas como la tuberculosis?
✓	¿Las personas son portadoras o viven con el VIH?
✓	¿El VIH se contagia por un beso?

Fuente: Amugen

## Imagen 47. Sistematización de Caja Caliente



### Juego “La Caja Caliente”

Objetivo: Que las y los participantes establezcan las realidades del VIH

#### Reglas del juego

Consiste en:

- La facilitadora tiene que tocar la pared por un corto tiempo
- Cuando la facilitadora deja de tocar la pared, el participante que tenga la caja, tiene que abrirla y agarrar un papel
- El o la participante debe leer el papel, explicar si es un mito o una realidad y por qué
- Si el o la participante no responde, los otros podrán ayudarle
- De nuevo inicia la facilitadora a tocar la pared y continúa con el juego

#### Mitos y Realidades

- ✓ El VIH es el virus de inmunodeficiencia humana
- ✓ El VIH se adquiere por un beso
- ✓ El VIH se contagia por un abrazo
- ✓ Sida es el síndrome de inmunodeficiencia humana
- ✓ Sida es el síndrome de inmunodeficiencia adquirida
- ✓ El VIH se adquiere a través de relaciones sexo genitales sin protección
- ✓ El VIH se contagia por un piquete de mosquito
- ✓ El VIH no tiene cura pero se trata con antirretrovirales
- ✓ Los antirretrovirales no permiten que el virus se desarrolle
- ✓ El VIH provoca el sida
- ✓ El VIH es una enfermedad mortal o crónica

Fuente: Amugen

#### **6.4 Resultado futuros**

- Se espera que continúen aplicando la Comunicación para el Desarrollo a través de los elementos del proceso de comunicación, la planificación estratégica para el involucramiento de las y los jóvenes.
- Continúen con la validación de los materiales para hacer partícipes y tomadores de decisiones a las juventudes que son el futuro de este país.
- Asimismo, que elaboren otros juegos que propicien espacios de reflexión y diálogo para los jóvenes; esta es una herramienta valiosa para la empatía de las juventudes con el VIH.
- Constantemente sistematicen las actividades que realizan en beneficio de las y los jóvenes.

## **Conclusiones**

1. Se diseñó participativamente e implementó la estrategia de Comunicación para el Componente de Juventudes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva.
2. Se planificó de forma participativa con los jóvenes debido a que se trabajó en mesas de diálogo, en la cual las y los participantes realizaron propuestas para prevenir el VIH a las autoridades de Gobierno, durante la Primera Cumbre Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.
3. El componente de Juventudes de Amugen, creó espacios participativos, reflexivos, críticos y propuestas para la prevención del VIH, a través del juego Shute Pelota en la Primera Cumbre Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.

## **Recomendaciones**

Las siguientes recomendaciones son para las integrantes de componente de Juventudes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva.

Continúen:

1. Implementación la Comunicación para el Desarrollo, con lo cual se crearán espacios participativos para los jóvenes guatemaltecos.
2. Planificación de forma participativa para la apropiación de las juventudes del tema del VIH.
3. Creación de otros juegos para promover la participación, reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH.

Las siguientes recomendaciones son para el Director del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos.

- Supervisar a la catedrática encargada del Ejercicio Profesional Supervisado de Publicidad así como a las y los estudiantes. Esto para no impongan productos de comunicación como sucedió con el banner, trifoliar y eslogan de la Asociación de Mujeres Gente Nueva.

## Referencias Bibliográficas

1. Barrios Mérida, Mabel Nineth. 2012. Estrategia de Comunicación organizacional interna y externa para el Colegio de Estomatológico de Guatemala. Tesis en Maestría en Comunicación Organizacional. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 177 p.
2. Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo. (5, 2006. Italia). Consenso de Roma un baluarte fundamental para el Desarrollo y Cambio Social. Roma
3. Freire, Paulo, 1973. ¿Extensión o Comunicación?.1ª.Colombia. Ediciones Siglo Veintiuno 108 p
4. \_\_\_\_\_. 1969. La educación como práctica de libertad. España. Editores. Madrid Siglo Veintiuno. 150 p
5. \_\_\_\_\_. 1997. Pedagogía del Oprimido. Colombia. Editorial América Latina. 232 p
6. García González, Jorge Gerardo. 2011. Estrategia de Comunicación de la Oficina Municipal de la Mujer de San Juan Sacatepéquez para la Gestión de Políticas de Desarrollo y Equidad.Tesis en Maestría en Comunicación para el Desarrollo. .Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 118 p
7. Gudiel García. Estrategia de Comunicación Organizacional para La Coordinadora General de Planificación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis en Maestría en Comunicación Organizacional. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 145 p
8. Gularte, Eduardo. 2008. Otra comunicación para otro desarrollo. Guatemala. 53 p

9. \_\_\_\_\_ 2013. Programa Formativo de Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Módulo 3 Diagnóstico y planificación de la Comunicación para el Desarrollo. Guatemala. 30 p
10. \_\_\_\_\_2013. Programa Formativo de Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Módulo 5 Monitoreo y Evaluación Participativa de la Comunicación Participativa. Guatemala. 36 p
11. Gutiérrez, Francisco y Daniel Prieto. 1994. Mediación Pedagógica para la Educación Popular. Costa Rica. Colección RNTC.179 p
12. Kaplún, Mario. 2002. Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular). Cuba. Editorial Caminos. 246 p

### **E-grafías**

1. Hernández Sampieri, Roberto. 1997. Metodología de la Investigación.<http://www.upsin.edu>. Fecha de consulta: 1 de julio de 2013
2. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación –FAO-. s.f. Comunicación clave para el desarrollo. [www.fao.org](http://www.fao.org). Fecha de consulta: 26 de junio de 2013
3. Urrutia, Amaia. 2002. La comunicación interna para cambiar la desinformación dentro de la empresa.<http://www.bocc.ubi.pt>. Fecha de consulta: 4 de junio de 2013

## **Anexos**

## Anexo 1. Guía de entrevistas



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



Tabla 23. Guía de entrevista

Pregunta	Descripción de respuesta
¿Cuáles son los desafíos para Amugen?	
¿Cuáles son los mayores requerimientos?	
¿Cuáles son las amenazas más latentes?	
¿Cómo se realiza la toma de decisiones internas y externas?	
¿Quién realiza la asignación de actividades?	
¿A qué obstáculos se enfrenta las integrantes de la Asociación?	
¿Mecanismos que utilizan para posicionar externamente a esta?	
¿Con qué instituciones tienen alianzas estratégicas?	
¿Próximas alianzas estratégicas?	

<b>Pregunta</b>	<b>Descripción de respuesta</b>
¿Evalúan el trabajo que realizan?	
¿Cuentan con manual de funciones y convivencia?	
¿Cuentan con un plan de trabajo?	
¿Tiene registro de cuantas personas han capacitado?	
¿Realizan presentación de logros?	
¿Tienen recursos económicos para la asociación?	
¿Por qué solo una persona participa en campañas en medios masivos en prevención de VIH?	

## Anexo 2. Guía de Observación



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Guía de Observación

Fecha de observación: \_\_\_\_\_

Lugar de observación: \_\_\_\_\_

Tema de observación: \_\_\_\_\_

Tabla 24. Guía de Observación

Actividad a observar	Descripción de como se realizó la actividad
¿Cómo inician las reuniones sabatinas?	
¿Cómo se coordinan las actividades internas y externas?	
¿Cómo se toman las decisiones importantes?	
¿Plantean propuestas las integrantes?	
¿Cómo es el ambiente interno?	
¿Tienen tiempo libre las integrantes?	
¿Cómo efectúan las tareas que les son asignadas?	

<b>Actividad a observar</b>	<b>Descripción de cómo se realizó la actividad</b>
¿Cómo interactúan las integrantes?	
¿Cómo se comunican las integrantes?	
¿Identificación de lideresas?	
¿Identificación de intereses (que actividades gustan realizar más y en cuales participan menos)?	
¿Concentración de actividades?	
¿Existencia de conflicto y de qué tipos?	
¿Cómo atienden a las usuarias que requieren información y apoyo?	
¿Cómo efectúan las capacitaciones?	
¿Cómo participan con reuniones de comisiones?	

## Anexo 3. Cuestionario a Integrantes de Amugen



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Cuestionario

El siguiente cuestionario se realiza con objetivos académicos; por lo cual, se le solicita responder las siguientes 10 preguntas, marcando con una x la opción que elija.

Edad \_\_\_\_\_ Profesión u oficio \_\_\_\_\_

1. ¿Es importante la comunicación?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

2. ¿Sabe cuál es el proceso adecuado de la comunicación?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

3. ¿Sabe que es comunicación para el desarrollo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

4. ¿Sabe qué es comunicación interna?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

5. ¿Es importante la comunicación interna?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por

qué?

\_\_\_\_\_

6. ¿Sabe que es la comunicación externa?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por

qué?

\_\_\_\_\_

7. ¿Es importante la comunicación externa?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

8. ¿Participa en actividades que fortalecen internamente a Amugen?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría que la capacitarán en comunicación?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

10. ¿Qué actividades realiza con más frecuencia?

Participar en talleres, seminarios, grupos de apoyo técnico \_\_\_\_\_

Capacitar a personas en temas de prevención de VIH, entre otros \_\_\_\_\_

Convivir con las compañeras \_\_\_\_\_

Elaborar informes \_\_\_\_\_

Brindar información al público de Amugen \_\_\_\_\_

Escribir y subir información a facebook de Amugen \_\_\_\_\_

Imagen en medios de comunicación como la campaña \_\_\_\_\_

de Fernando Iturbide \_\_\_\_\_

Otras actividades \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

## Anexo 4. Guía para validar la Estrategia de CpD



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



Marque con una X la casilla que seleccione.

Tabla 25. Guía para validar estrategia de Comunicación para el Desarrollo

	Tema	Si	No
1	¿Qué es comunicación?		
	¿Por qué?		
	Qué es comunicación para el Desarrollo		
	¿Por qué? Explique:		
2	Elementos del proceso de la Comunicación para el Desarrollo		
	¿Por qué?		
3	Planificación estratégica en comunicación		
	Pasos		
	Beneficios		
	¿Por qué?		
	Producto: Guía para la planificación		
4	¿Qué es la validación		
	Importancia de la validación		
	Pasos para validar		
	¿Por qué?		
	Producto: Juego de aprendizaje		

Fuente: propia

## Anexo 5. Guía para facilitadora taller deCpD

Facilitadora: Licda. Claudia López  
 Lugar y fecha: 25 de agosto del 2013  
 Duración del taller: 2 horas  
 Dirigido a: Integrantes de Amugen

Tabla 26. Guía de facilitadora para taller para CpD

Objetivo	Motivación	Contenido	Recursos	Técnicas
Sensibilizar a las integrantes de Amugen en Comunicación para el Desarrollo, que reflexionen y establezcan que comunicación aplican y cuál es la ideal para sus objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de Objetivo</li> <li>• Generar el diálogo del material con el que se trabaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación tradicional</li> <li>• Elementos del proceso de la comunicación</li> <li>• Comunicación para el Desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón</li> <li>• Equipo</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Computadora</li> <li>• Material didáctico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual Técnica</li> <li>• Grupal Técnica</li> </ul>

Actividades	Formas de evaluar	Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura individual</li> <li>• Reflexión</li> <li>• Diálogo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Preguntas</li> <li>• Ejemplos</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gularte, Eduardo. 2013. Programa Formativo de Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Módulo 3 Diagnóstico y planificación de la Comunicación para el Desarrollo. Guatemala. 30 p</li> <li>2. Kaplún, Mario. 2002. Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular). Cuba. Editorial Caminos. 246 p</li> </ol>

Fuente propia

## Anexo 6. Cuestionario para evaluar taller de estudiante

Cuestionario para evaluar el taller que realizó la estudiante de Comunicación para el Desarrollo se entregó el siguiente cuestionario a las 13 integrantes de Amugen



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Cuestionario para evaluar taller de Comunicación para el Desarrollo

Marque con una X la casilla que seleccione

Tabla 27. Cuestionario para evaluar taller de Comunicación para el Desarrollo

No.	Pregunta	Si	No
1	¿Adquirió conocimientos comunicación?		
2.	¿Los contenidos de los temas fueron claros?		
3.	¿Aplicará la comunicación para el desarrollo?		
4.	¿Planificará las capacitaciones y talleres?		
5.	¿Validará los materiales o juegos aprendizaje?		
6.	¿Le gustó el juego de la pelota?		
7	¿Le gusto el material que utilizó la capacitadora?		
8.	¿La facilitadora demostró conocimiento de los temas		
9.	¿Utilizó el tiempo adecuado para dar la capacitación?		
10.	¿Le gustaría recibir otro taller en comunicación?		

Fuente: propia

## Anexo 7. Guía de validación de pelota



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Guía Validación de metodología de términos de VIH

Tabla 28. Claridad de comprensión

Evaluar	Si	No	Detalle los que desea agregar
Comprendió la dinámica			
Están todos los términos correctos de VIH			
Están de acuerdo con el orden en el que están los términos de VIH			
10 debe ser el máximo de términos			

Fuente: propia

Tabla 29. Reconocimiento e identidad cultural

Evaluar	Si	No	Otros formas para representar los términos correctos de VIH Detalle
La pelota de términos despertó su interés			
Las palabras en la pelota expresan la forma cotidiana de hablar			
Los mensajes expresan la forma cotidiana de hablar			

Fuente propia

Tabla 30. Capacidad Narrativa

Evaluar	Si	No	Como escribiría el mensaje
Comprende los mensajes de la pelota			
Está de acuerdo que los mensajes sean cortos			

Fuente: propia

Tabla 31. Formato

Evaluar	Detalle	¿Por qué?
De qué tipo de material debe ser la pelota		
¿Cuál sería el tamaño ideal de la pelota?		
Qué color debe ser la pelota		
La pelota debe tener líneas para separar los términos		
¿Qué tipo de letra utilizaría para los mensajes en la pelota?		
¿Qué tamaño de letra utilizará para los mensajes en la pelota?		
¿De qué color deben ser las letras?		

Fuente: propia

## Anexo8. Carta de solicitud de práctica a Amugen



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

Licenciada  
Iris López  
Componente de la Mujer  
Asociación de Mujeres Gente Nueva  
Ciudad.

Estimada Licenciada López:

Es un gusto saludarlo y a la vez presentarle a la Licenciada Claudia Graciela López Cuat, quien se identifica con carné 100021808 y es estudiante de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo.

La Licda. López, ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, que iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, pretende que la estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que la Licda. López desarrolle su PPS.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

M.A. Aracelly Mérida  
Directora Departamento de Estudios de Postgrado



*Iris Isabel López*  
25-05-13  
15:00

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

## Anexo 9. Carta de confirmación de práctica de Amugen



*Si eres mujer con VIH, afectada o sobreviviente de violencia intra familiar o sexual, estamos para apoyarte.*

Guatemala, 25 de mayo de 2013.

M.A. Aracelly Mérida  
Directora Departamento de Estudios de Post Grado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Su Despacho

Respetable Master Mérida:

Reciba un cordial saludo de Asociación de Mujeres Gente Nueva-AMUGEN, esperando sus actividades diarias sean de éxito.

Por este medio hago de su conocimiento que ha sido aceptada la solicitud referente a la Licenciada **Claudia Graciela López Cuat**, quien se identifica con número de carné 1000021808 que la acredita como estudiante de la maestría en Comunicación para el Desarrollo para que realice su Práctica Profesional Supervisada (PPS).

Agradeciendo su atención, me suscribo

Atentamente,

  
Iris Isabel López Velásquez  
Componente de la Mujer

Asociación de Mujeres Gente Nueva -AMUGEN-



cc.: archivo  
Licda. Claudia López  
Secretaria Junta Directiva



14 Calle 6-12 Zona 1. Oficina 203, Segundo Nivel. Edificio Valenzuela  
Mail: [mujeragn@gmail.com](mailto:mujeragn@gmail.com) ó [gentenuevagt@gmail.com](mailto:gentenuevagt@gmail.com)

## Anexo 10. Carta de validación e implementación de estrategia de CpD



*Si eres mujer viviendo o conviviendo con VIH, víctima o sobreviviente de violencia intra familiar o sexual estamos para apoyarte.*

Guatemala, 26 de septiembre del 2013

Departamento de Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente

Estimadas(os) profesionales:

Reciban un cordial saludo. El motivo de la presente es para hacer constar que se conoció y validó el 18 de agosto del presente año; la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo para el componente de Juventudes de esta asociación.

La implementación de la estrategia inició el 25 de agosto y se aplicó en la Consulta a jóvenes Una Voz contra el VIH en Quetzaltenango los días 6, 7 y 8 de septiembre y en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva efectuada el 23, 24 y 25 de este mes; ambas con resultados satisfactorios según lo indicaron nuestros usuarios(os).

Asimismo, debido al éxito de la estrategia se continuará implementado en todas las actividades que realice esta asociación.

Atentamente,

Vo.Bo. María Fernanda Chan

Componente de Juventudes Amugengua



c.c. Licda. Iris López Velázquez

Coordinadora General de Amugengua

14 calle 6-12, zona 1, Oficina 203 Segundo Nivel, Edificio Valenzuela. C. P. 01001 Guatemala C. R.  
Teléfono (502) 55105603, 54442840 & 44661698

[mujeragn@gmail.com](mailto:mujeragn@gmail.com) [amugengua@hotmail.com](mailto:amugengua@hotmail.com)

## Anexo 11. Carta orden de impresión



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

Guatemala, 14 de noviembre de 2013  
**Orden de impresión**  
No. 023-2013 CLF/Akmg

Estudiante  
**CLAUDIA GRACIELA LÓPEZ CUAT**  
Carné **100021808**

Estimada Estudiante López:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por el Tribunal Examinador con el título **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DIRIGIDA AL COMPONENTE JUVENIL DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES GENTE NUEVA -AMUGEN-"**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos y un cd en formato PDF sean entregados en el departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicada en el 2º Piso del edificio M-2, un Trabajo de Graduación y un cd en formato PDF en la biblioteca Flavio herrera y un trabajo de graduación y un cd en formato PDF en la Biblioteca Central de esta Universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación para el Desarrollo.

Atentamente,

**"Id y enseñad a Todos"**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora  
Departamento de Estudios de Postgrado



  
Lic. Julio Sebastián Chilín  
Director ECC

c.c. Archivo



Edificio M2,  
Cadao Universitaria, zona 12,  
teléfonos: (502) 2476-9926  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Fax: (502) 2476-9938  
[www.comunicacionusac.com.gt](http://www.comunicacionusac.com.gt)

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



Trabajo de graduación  
Estrategia de comunicación para el Desarrollo  
dirigida al componente Juvenil de la  
Asociación de Mujeres Gente Nueva -Amugen-

Presentado por:  
Licda. Claudia Graciela López Cuat

Previo a conferir el título:  
Magister Artium en Comunicación para el Desarrollo

Guatemala, noviembre de 2013

. Aracelly Krisanda Mérida

Vocal 1

Dr. Ángel Valdez

Vocal 2

M.A. Amanda Ballina Talento

Vocal 3

M.Sc Sergio Morataya

### **Tribunal Examinador**

M.A. Aracelly Krisanda Mérida González

M.A. Ana Elisa Gudiel

M.A. Amanda Ballina Talento

M.A. Fernando Arévalo Yankos

### **Dedicatoria**

**Virgen de Guadalupe**

Gracias por guiar mis pasos.

**San Judas Tadeo**

Gracias por su intercesión ante Dios para

**Abogado de las causas difíciles**

alcanzar esta meta.

**Padres**

Rosa María Cuat de López

Con amor y agradecimiento por todos sus

Rubén López Fuentes

sacrificios y esfuerzos realizados.

**Hermanos**

Gracias por tu paciencia.

Pablo

Erick y Cristian (Q.E.P.D.)

Con amor.

**Tía**

Con cariño y agradecimiento por

Ada Cuat

brindarme tu apoyo durante este proceso.

**Madrina**

Sonia Roldan

Gracias por su apoyo.

**Asesoras**

M.A. Aracelly Mérida

Con agradecimiento por su asesoría y  
luchar junto a nosotras para concluir con

**Asociación de Mujeres Gente Nueva**

**-Amugen-**

Licda. Iris Isabel López

Licda. Evelyn Lucas

Srita. Fernanda Chan

Por su apoyo incondicional  
en la creación  
e implementa de la  
estrategia de comunicación.

**A mis amigas**

Yadira Montes

Candy Romero

Indira Franco

Su ayuda fue valiosa  
durante este proceso.

**A mis compañeras**

Gaby y Gabriela

Por la sororidad durante este  
Proceso.

Para efectos legales, únicamente la autora es la responsable del contenido este trabajo.

# Índice

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Índice .....	1
Resumen .....	6
Introducción .....	7
Capítulo 1: Diagnóstico Situacional.....	8
1.1 Ubicación geográfica de la organización .....	8
1.2 Naturaleza de la organización .....	8
1.3 Objetivos Visión y Misión.....	9
1.4 Descripción de actividades .....	11
1.5 Actores .....	12
1.6 Organigrama .....	13
1.7 Perfil de los trabajadores .....	14
Capítulo 2: Fundamentos Epistemológicos .....	18
2.1 Comunicación para el desarrollo: de la gente, con la gente y para la gente. ....	18
2.2 Teoría de la Comunicación Alternativa .....	19
2.3 Extensión o Comunicación .....	21
2.4 Mediación pedagógica para la educación popular .....	22
2.5 Desarrollo humano .....	23
Capítulo 3: Metodología aplicada.....	25
3.1 Enfoque.....	25
3.2 Objetivo general .....	26
3.3 Objetivos específicos.....	26
3.4 Fuentes primarias.....	26
3.5 Fuentes secundarias .....	27
3.6 Actividades.....	27
3.7 Instrumentos (objetivos y tipo de análisis) .....	28
3.8 Población .....	29
3.9 Muestra .....	29
3.10 Método de análisis.....	29
Capítulo 4: Diagnóstico Comunicacional .....	31
4.1 Análisis de la comunicación interna.....	31
4.2 Análisis de la Comunicación Externa.....	37

4.3	Análisis de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	52
4.4	FODA .....	61
4.5	Análisis y pronóstico de la situación .....	63
4.6	Factores influyentes: directos e indirectos .....	64
4.7	Árbol de Problemas .....	67
4.8	Determinación de prioridades comunicacionales y situaciones ideales .....	68
4.9	Funciones de la Comunicación para la solución de problemas.....	68
Capítulo 5: Propuesta de Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....		70
5.1	Justificación.....	70
5.2	Objetivos de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	71
5.2.1	General .....	71
5.2.2	Específicos .....	71
5.3	Públicos.....	71
5.4	Propuesta .....	71
5.3.1	Matriz de coherencia para plan de comunicación .....	73
5.4.2	Plan de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	75
	<input type="checkbox"/> Problema.....	75
	<input type="checkbox"/> Objetivo de comunicación.....	75
	<input type="checkbox"/> Actividades.....	75
	<input type="checkbox"/> Resultados esperados.....	95
	<input type="checkbox"/> Presupuesto .....	95
5.4.3	Validación de la propuesta .....	96
5.4.4	Cronograma de la implementación de la propuesta.....	96
5.4.5	Plan de monitoreo y evaluación.....	97
Capítulo 6: Resultados.....		100
6.1	Validación.....	100
6.2	Implementación .....	101
6.3	Resultados Obtenidos .....	106
6.4	Resultado futuros .....	112
Conclusiones .....		113
Recomendaciones .....		114
Referencias Bibliográficas.....		115
E-grafías		116
Anexos .....		117
Anexo 1. Guía de entrevistas.....		118
Anexo 2. Guía de Observación .....		120
Anexo 3. Cuestionario a Integrantes de Amugen .....		122

Anexo 4. Guía para validar la Estrategia de CpD.....	124
Anexo 5. Guía para facilitadora taller de CpD.....	125
Anexo 6. Cuestionario para evaluar taller de estudiante.....	126
Anexo 7. Guía de validación de pelota.....	127
Anexo 8. Carta de solicitud de práctica a Amugen.....	129
Anexo 9. Carta de confirmación de práctica de Amugen.....	130
Anexo 10. Carta de validación e implementación de estrategia de CpD.....	131
Anexo 11. Carta orden de impresión.....	132

## Índice de Figuras

Figura	Página
Figura 1. Croquis de ubicación.....	8
Figura 2. Mapa de Actores.....	12
Figura 3. Organigrama.....	13
Figura 4. Logotipo de Primera Cumbre Nacional de Juventudes.....	43
Figura 5. Amugen Logo 1.....	46
Figura 6. Logo Amugen 2.....	46
Figura 7. Árbol del Problema.....	67

## Índice de gráficas

Gráfica	Página
Gráfica 1. Pregunta cuatro de cuestionario a integrantes de Amugen.....	31
Gráfica 2. Pregunta cinco de cuestionario a integrantes de Amugen.....	32
Gráfica 3. Pregunta seis de cuestionario a integrantes de Amugen.....	38
Gráfica 4. Pregunta 10 de cuestionario a integrantes de Amugen.....	41
Gráfica 5. Pregunta 3 de cuestionario a integrantes de Amugen.....	53
Gráfica 6. Pregunta ¿Qué aprendió del juego?.....	107
Gráfica 7. Pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre.....	108

## Índice de Imágenes

Imagen	Página
Imagen 1. Reunión Alianza contra la Violencia.....	45
Imagen 2. Presentación Amugen power point 1.....	47
Imagen 3. Presentación power point 2.....	47
Imagen 4. Volante de Amugen.....	48
Imagen 5. Ttrifoliar de Amugen 1. Antes.....	49

Imagen 6. Trifoliar de Amugen 2. Ahora .....	50
Imagen 7. Baner de Amugen .....	51
Imagen 8. Capacitación a integrantes de Amugen .....	56
Imagen 9. Capacitación en salud sexual y reproductiva .....	57
Imagen 10. Capacitación a Responsables de Centros de Readaptación .....	58
Imagen 11. Capacitación a jóvenes de Escuintla .....	60
Imagen 12. Valla Soy profesional .....	65
Imagen 13. Comunicación tradicional .....	76
Imagen 14. Funciones del emisor y receptor .....	76
Imagen 15. Otros elementos del proceso de la comunicación .....	77
Imagen 16. Información y Comunicación .....	77
Imagen 17. Comunicación y Comunicación para el Desarrollo .....	78
Imagen 18. Emisor y receptor en CpD .....	78
Imagen 19. El Mensaje .....	79
Imagen 20. Los códigos .....	79
Imagen 21. Medios o Recursos .....	80
Imagen 22. Referente .....	80
Imagen 23. Marco de Referencia .....	81
Imagen 24. El proceso de Comunicación para el Desarrollo .....	81
Imagen 25. Taller en CpD a integrantes de Amugen .....	84
Imagen 26. La planificación estratégica en la comunicación .....	85
Imagen 27. Etapas de la planificación estratégica .....	85
Imagen 28. La selección del tema .....	86
Imagen 29. ¿Dónde se realizará la capacitación o taller .....	86
Imagen 30. El tiempo .....	87
Imagen 31. ¿Cómo lo vamos hacer? .....	87
Imagen 32. Ejercicio de planificación de un taller y realización de guía .....	89
Imagen 33. Afiche de guía de planificación en Comunicación para el Desarrollo ..	90
Imagen 34. ¿Qué es validar? .....	91
Imagen 35. Criterios para validar desde la mediación pedagógica .....	92
Imagen 36. Creación del juego de términos de VIH .....	94
Imagen 37. Agenda Una voz contra el VIH .....	101
Imagen 38. Agenda de Primera Cumbre Nacional de Juventudes .....	102
Imagen 39. Control de tiempo por co facilitadora en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes .....	103
Imagen 40. Juego de la pelota en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes ...	104
Imagen 41. Explicación del término VIH avanzado por participantes .....	104
Imagen 42. Implementación y validación del juego de la pelota .....	105
Imagen 43. En el juego de pelota facilitadora disminuyó su participación .....	105
Imagen 44. Jóvenes realizando propuestas en VIH .....	106
Imagen 45. Juego de la Caja Caliente en la Primera Cumbre Nacional .....	109
Imagen 46. Sistematización del Juego de la Pelota .....	110
Imagen 47. Sistematización de Caja Caliente .....	111

## Índice de Tablas

<b>Tabla</b>	<b>Página</b>
Tabla 1. Personal Junta Directiva Amugen .....	14
Tabla 2. Personal sede central de Amugen .....	14
Tabla 3. Perfil de las trabajadoras.....	15
Tabla 4. Comunicador y perceptor de Mario Kaplún .....	19
Tabla 5. Las actividades que se realizaron: .....	27
Tabla 6. Del por qué de la pregunta 4 del cuestionario a integrantes de AGN.....	38
Tabla 7 Respuesta del por qué de la pregunta 7 a integrantes de Amugen .....	53
Tabla 8. FODA.....	61
Tabla 9. Interpretación interna FODA .....	63
Tabla 10. Interpretación externa FODA .....	63
Tabla 11. Prioridades comunicacionales y situaciones ideales.....	68
Tabla 12. Matriz de coherencia para plan de comunicación .....	73
Tabla 13. Metodología del taller de sensibilización a integrantes de Amugen .....	82
Tabla 14. Metodología para elaboración de guía de planificación estratégica en Comunicación para el Desarrollo.....	88
Tabla 15. Crear y validar juego de Pelota .....	93
Tabla 16. Presupuesto de actividades .....	95
Tabla 17. Cronograma de Actividades.....	96
Tabla 18. El Cambio Más Significativo.....	98
Tabla 19. Respuestas de las 10 preguntas para evaluar el taller .....	99
Tabla 20. Guía de validación que se utilizó en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes Salud Sexual y Reproductiva .....	100
Tabla 21. Respuestas a la pregunta ¿Qué aprendió? por jóvenes que participaron en Cumbre .....	107
Tabla 22. Respuestas a la pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre.....	108
Tabla 23. Guía de entrevista.....	118
Tabla 24. Guía de Observación.....	120
Tabla 25. Guía para validar estrategia de Comunicación para el Desarrollo.....	124
Tabla 26. Guía de facilitadora para taller para CpD .....	125
Tabla 27. Cuestionario para evaluar taller de Comunicación para el Desarrollo...	126
Tabla 28. Claridad de comprensión .....	127
Tabla 29. Reconocimiento e identidad cultural .....	127
Tabla 30. Capacidad Narrativa .....	127
Tabla 31. Formato .....	128

## Resumen

La estrategia de Comunicación para el Desarrollo es para el Componente de Juventudes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva -Amugen-, debido que la aplicación de instrumentos de investigación como el cuestionario, entrevistas, observación y FODA, estableció el desconocimiento en la temática de Comunicación para el Desarrollo, -CpD- en las integrantes del Componente de Juventudes Amugen.

Se identificó que el desconocimiento en CpD en las integrantes del Componente de Juventudes de Amugen, influye en que no planifiquen de forma participativa las capacitaciones a juventudes, por lo cual no tenían juegos participativos de aprendizaje.

Capítulo 1, contiene información general de Amugen, como ubicación geográfica, naturaleza de la organización, objetivos, visión, misión, actividades que realizan, organigrama y perfil de las trabajadoras. El capítulo 2, detalla fundamentos epistemológicos.

Capítulo 3, establece la metodología aplicada en el diagnóstico de comunicación como Enfoque, objetivo general y específico, fuentes primarias y secundarias, actividades, instrumentos, población y muestra.

Capítulo 4, describe como aplican en Amugen la comunicación interna, externa y para el desarrollo; FODA, factores influyentes: directos e indirectos, árbol de problemas, determinantes de prioridades y funciones de la comunicación para la solución de los problemas.

Capítulo 5, se diseña de forma participativa la estratégica de Comunicación para el Desarrollo, por lo que se establecen las líneas de acción en las cuales se trabajará, así como un plan de monitoreo y evaluación de la implementación.

Capítulo 6, establece los resultados obtenidos de la implementación de la estratégica de comunicación.

## Introducción

La estrategia se efectuó en la Asociación de Mujeres Gente Nueva, en la que se realizó e implementó la estrategia de Comunicación para el Desarrollo para el Componente de Juventudes de Amugen.

Esto debido a que los jóvenes son el presente y el futuro, de acuerdo con estadísticas del Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social a diciembre del 2012, hay cinco mil 420 jóvenes que viven con VIH, las edades comprendidas son de 11 a 28 años de edad.

Es por ello que la estrategia se basa en las siguientes tres líneas de acción: **Línea de acción No. 1.** Sensibilización en Comunicación para el Desarrollo a las integrantes del componente de juventudes de Amugen para la aplicación de CpD, esto para generar espacios de reflexión, diálogo y crítica; así como el empoderamiento de las juventudes para la prevención del VIH.

**Línea de acción No. 2.** Planificación de las capacitaciones de Amugen alrededor de la comunicación participativa para generar el involucramiento de las juventudes y crear una empatía en el tema del VIH.

**Línea de acción No. 3.** Construcción de un juego participativo en VIH que promueva la reflexión y debate entre las juventudes para que realicen propuestas y acciones en prevención del VIH en esta población.

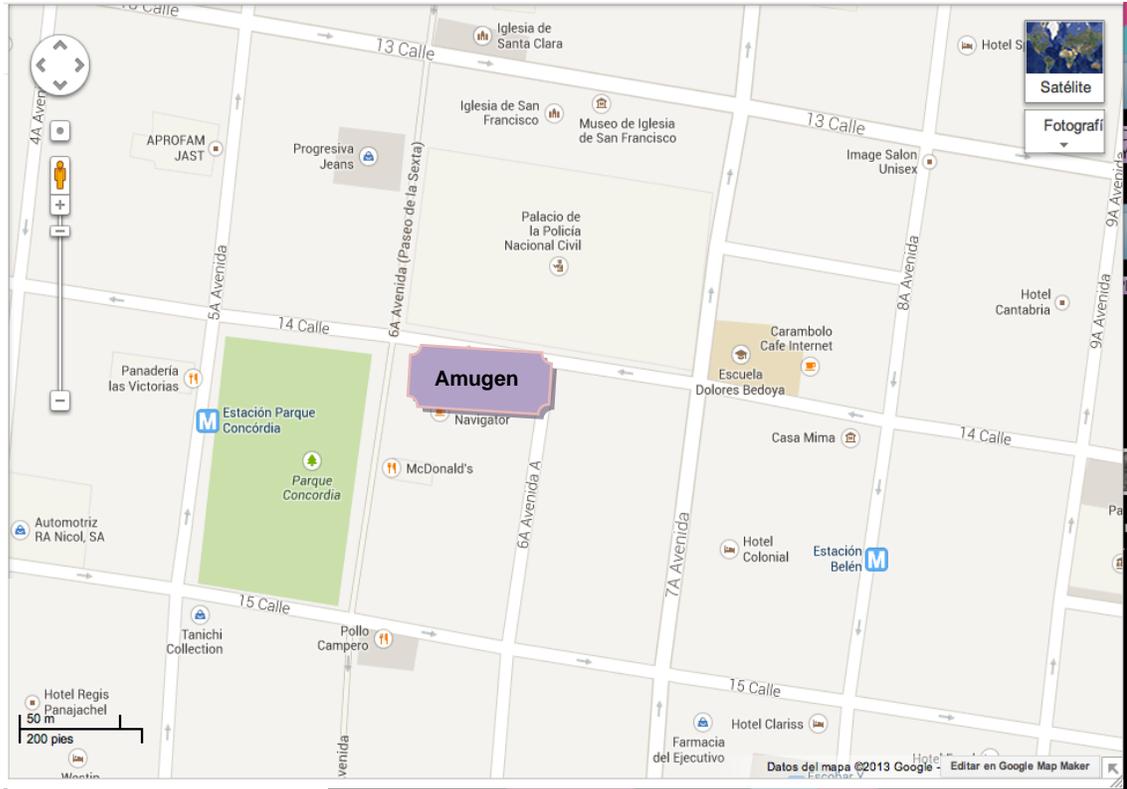
La estrategia se fundamentó en la Comunicación para el Desarrollo que tiene como base la participación, diálogo y transformación para lograr la equidad de las personas; así como la teoría de la Comunicación Alternativa, que se basa en Paulo Freire que señala que las personas no son objeto, que reciben dócil y pasivamente la información que otro les trasmite, sino que son sujetos con capacidad de reflexionar para la acción.

# Capítulo 1: Diagnóstico Situacional

## 1.1 Ubicación geográfica de la organización

Se trabajó con la Sede Central, ubicada en 14 calle 6-12 zona 1, Edificio Valenzuela, 2do. Nivel. Oficina 203.

Figura 1. Croquis de ubicación



Fuente: Google maps

## 1.2 Naturaleza de la organización

Asociación de Mujeres Gente Nueva, -Amugen- es una organización que apoya a mujeres que viven y conviven con VIH; así como víctimas/sobrevivientes de violencia intrafamiliar y sexual.

También brindan apoyo en temas de prevención y educación a través de capacitaciones, talleres, diplomado y becas de estudio para el empoderamiento de mujeres, para que puedan ejercer sus derechos sexuales y reproductivos; así como prevenir las Infecciones de Transmisión Sexual –ITS y diversas formas de violencia.

Amugen es no lucrativa y apolítica. Esta inició como un grupo de Auto Apoyo el 18 de septiembre de 2008. Sin embargo, el 28 de julio de 2011, se obtuvo la inscripción de la entidad Asociación de Mujeres Gente Nueva, bajo la partida número 35193, folio 35193, del libro I del sistema Único de Registro Electrónico de Personas Jurídicas.

### **1.3 Objetivos Visión y Misión**

#### **Objetivos Generales**

- Incidir en políticas públicas que beneficien la salud y desarrollo de las mujeres, con acciones de inclusión y articulación protagónica mediante la generación de un entorno favorable para las mujeres con VIH, afectadas y sobrevivientes de violencia y grupos más expuestos a la epidemia, a nivel nacional.
- Empoderar a mujeres viviendo o no con VIH, afectadas y sobrevivientes de violencia, en la temática de ITS-VIH-sida y el uso bien y siempre del condón, para que replique la información para que mejoren su entorno familiar y comunitario.

#### **Objetivos específicos**

- Capacitar y empoderar a mujeres que viven y conviven con el VIH, víctimas y sobrevivientes de violencia; eliminando las desigualdades entre los géneros en todos los ámbitos.
- Lograr alianzas estratégicas con personas individuales y jurídicas que trabajan en la temática de VIH, derechos humanos, salud sexual y

reproductiva; así como desarrollo de las mujeres, cuyas acciones se destinarán a la promoción, protección y defensa de los derechos humanos.

- Fortalecer a las mujeres que viven y conviven con el VIH, víctimas y sobrevivientes de violencia sobre la eliminación de una cultura patriarcal que las expone a la epidemia del virus.
- Unificar y fortalecer el acompañamiento legal y proceso para el acceso a la atención integral de las mujeres recién diagnosticadas con VIH y a los grupos más expuestos a la epidemia.
- Incidir en políticas públicas que beneficien la salud y desarrollo de las mujeres con acciones de inclusión y articulación protagónica mediante la generación de un entorno favorable para las mujeres con VIH, afectada y sobreviviente de violencia y grupos más expuestos a la epidemia, a nivel nacional.

### **Visión**

En Guatemala para el año 2015, AMUGEN reducirá el porcentaje de incidencia de ITS, VIH, violencia contra las mujeres, el estigma y la discriminación entre géneros y hacia mujeres.

Ser una organización reconocida a nivel nacional e internacional.

### **Misión**

Asociación laica que empodera y capacita a mujeres con VIH, afectadas y sobrevivientes de violencia para que mejoren su calidad de vida, a través de la salud sexual y reproductiva, mortalidad materno infantil, ITS-VIH-sida y derechos humanos de las mujeres buscando una igualdad entre géneros.

## **1.4 Descripción de actividades**

Amugen realiza talleres y capacitación en los siguientes temas:

- Prevención del VIH, Hijas (os) con VIH
- Relación laboral y VIH
- Infecciones de transmisión sexual –ITS-
- Marco jurídico en el tema VIH
- Atención integral
- Estigma y discriminación
- Aceptación de un diagnóstico positivo
- Autoestima
- Otras consecuencias del VIH
- Medicamentos antirretrovirales
- Derechos humanos de la mujer
- Tipos de violencia como identificación de violencia basada en género, derechos sexuales y reproductivos
- Ley de planificación familiar
- Embarazos
- Incidencia política, entre otros

### **Otros servicios que oferta:**

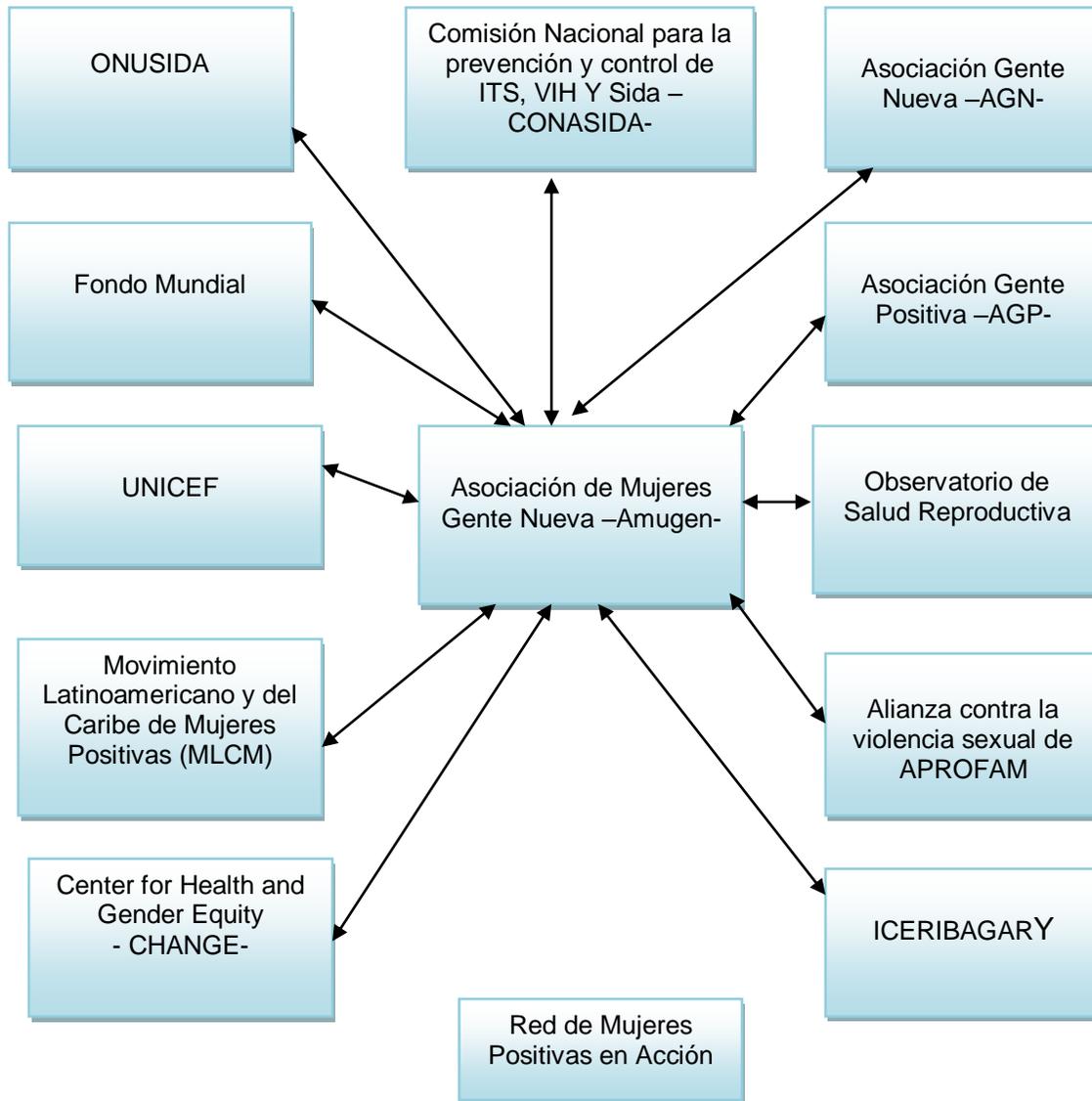
- Prueba rápida de VIH, que incluye pre y post consejería
- Acompañamiento a los lugares de atención médica y legal
- Becas de estudio, esto se efectúa con los recursos económicos que ellas aportan.

### **Grupo de trabajo:**

- Mujeres (niñas, adolescentes, jóvenes y adultas) con VIH.
- Mujeres afectadas por VIH-sida.
- Víctimas/Sobrevivientes de violencia.

## 1.5 Actores

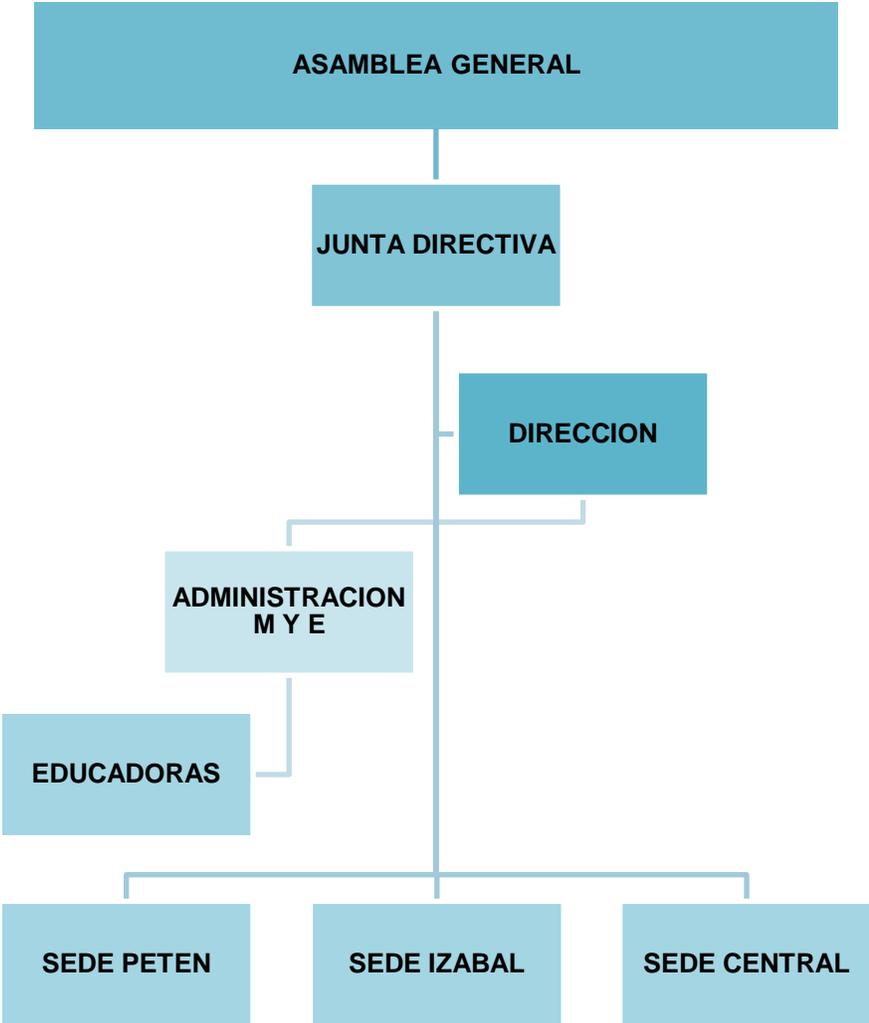
Figura 2. Mapa de Actores



Fuente: propia

1.6 Organigrama

Figura 3. Organigrama



Fuente: Amugen

## 1.7 Perfil de los trabajadores

Tabla 1. Personal Junta Directiva Amugen

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
<b>Dra. Erika Lisset Pérez</b>	Presidenta
<b>Flor Flores</b>	Vice Presidente
<b>Mayra Patricia López</b>	Secretaria
<b>Ramona Guzmán Tesén</b>	Tesorera
<b>Noelia Lemus Gómez</b>	Vocal I
<b>Margarita Ortiz Sis</b>	Vocal II
<b>Maritza López</b>	Vocal III

Fuente: propia

Tabla 2. Personal sede central de Amugen

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
<b>Iris Isabel López</b>	Coordinadora General
<b>Evelyn Chaly Lucas</b>	Coordinadora Monitoreo y Evaluación
<b>Mayra Patricia López Almaraz</b>	Educadora
<b>Noelia Lemus Gómez</b>	Educadora
<b>Yasmina Chan</b>	Educadora
<b>Maritza López</b>	Educadora
<b>Ramona Guzmán</b>	Educadora
<b>Tomasa Castro Toj</b>	Educadora
<b>Margarita Ortiz Sis</b>	Educadora

Fuente: propia

Tabla 3. Perfil de las trabajadoras

<b>Cargo que desempeña en Amugen</b>	<b>Profesión</b>	<b>Experiencia laboral</b>	<b>Capacitaciones</b>	<b>Aspiraciones</b>	<b>Requerimientos</b>
<b>Coordinadora General</b>	Trabajadora Social	Actualmente es la Coordinadora de la Comisión Nacional para la prevención y control de ITS, VIH Y Sida – CONASID- del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	Se ha capacitado en Cuba, Panamá, Honduras, Nicaragua y Brasil en temas relacionas a VIH, ha participado en dos Observatorios de Salud Reproductiva, así como ha participado en talleres de vocería	La Asociación sea auto sostenible económicamente	Donaciones de becas, equipo, etc para Amugen; ya que es escaso el mobiliario que tienen  Apoyo para capacitaciones en comunicación.
<b>Coordinadora Monitoreo y Evaluación</b>	Pedagoga	Coordinadora del Proyecto ITS, VIH y Sida del Fondo Mundial	Se capacitó en Texas, Estados Unidos en Derechos Humanos y Sexualidad	Fortalecer la Asociación con más integrantes	Donación de recursos económicos para poder dar becas a las integrantes que lo necesiten
<b>Educadora</b>	Pedagoga graduada en España	No trabaja	Educación sexual y derechos humanos, violencia auto estima	Qué se reúnan más días, ya que el único día de reunión son los sábados de 8:00 a 19:00 horas	Apoyo con material educativa y recursos económicos para las capacitaciones que imparte Amugen

<b>Cargo que desempeña en Amugen</b>	<b>Profesión</b>	<b>Experiencia laboral</b>	<b>Capacitaciones</b>	<b>Aspiraciones</b>	<b>Requerimientos</b>
<b>Educadora</b>	Está estudiando becada por Amugen	Ama de casa	Prevención de ITS, VI y Sida	Terminar sus estudios de básicos para apoyar económicamente a la Asociación	Ayuda económica para compra de insumos y materiales de oficina
<b>Educadoras especialmente para jóvenes</b>	Bachiller	No ha trabajado	Derechos sexuales y reproductivos  ITS VIH Y Sida  Tipos de violencia	Fortalecer la institución con más personas jóvenes	Apoyo en materiales para impartir las capacitaciones y talleres
<b>Educadora</b>	Amas de casa	No tienen	---	-----	-----

Fuente: propia

A continuación se detallan funciones de los cargos que desempeñan las integrantes de Amugen.

- **Coordinadora General Coordinadora:** Asignación de tareas internas y externas, coordinación de logística en participación de actividades, gestión de donativos materiales, participación en congresos internacionales, talleres, charlas y capacitaciones que organizan diversas instituciones.
- **Monitoreo y Evaluación:** Evaluar las capacitaciones externas que se realiza Amugen.
- **Educadora:** Impartir pláticas en temas de prevención de VIH, ITS, derechos sexuales y reproductivos, derechos humanos, género e incidencia política; entre otros.
- **Co educadora:** Apoyo en logística de capacitaciones como verificación de:
  1. Preparación de materiales que se utilizarán en las capacitaciones, como hojas, tape, papelógrafos, marcadores, etc.
  2. El sonido regulado y de acuerdo al lugar en el que se realizará la capacitación.
  3. Computadora, en la cual ya estén listos los cortometrajes que se transmitirán.
  4. Cañonera, para proyectar los cortometrajes.
  5. Documentos que contienen estadísticas o estudios que se han realizado en la temática de VIH, que son entregados a las y los participantes.
  6. Entregar hojas de evaluación del taller a las y los participantes.
  7. Entrega de equipo a los encargados.

## Capítulo 2: Fundamentos Epistemológicos

### 2.1 Comunicación para el desarrollo: de la gente, con la gente y para lagente.

La Comunicación para el Desarrollo, es participación, diálogo para la equidad para la transformación social. Es por ello, que Nelson Mandela enfatizó, (Consenso de Roma, 2006) “es la gente la que hace la diferencia. La comunicación trata sobre la gente, y la comunicación para el desarrollo es esencial para hacer que esa diferencia suceda”.

De acuerdo al (Consenso de Roma, 2006) La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Tiene que ver con buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido.

El Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, que se efectuó en Roma, Italia del 25 al 27 de octubre del 2006, documento conocido como el Consenso de Roma, recomienda:

- Las políticas nacionales de desarrollo deben incluir componentes específicos de comunicación para el desarrollo.
- Las organizaciones que trabajan en desarrollo deben incluir la comunicación para el desarrollo como un elemento central al inicio de los programas.
- Fortalecer la capacidad para la comunicación para el desarrollo dentro de organizaciones a todos los niveles. Esto incluye: las personas en sus comunidades; los especialistas de la comunicación para el desarrollo y demás personal, a través del desarrollo de cursos de capacitación y programas académicos.

## 2.2 Teoría de la Comunicación Alternativa

Freire autor fuera del ámbito anglosajón más reconocido por la reflexión de la teoría de la comunicación alternativa y comunicación para el cambio social.

El modelo de la comunicación alternativa se enmarca en los fundamentos de Paulo Freire en la teoría de la educación y transformación.

El objeto de este modelo se basa en (Freire, 1969) detalla que las interlocutoras e interlocutores piensen, cuestionen sobre su entorno y con ello se produzca el proceso de apropiación y transformación de sus realidades. Es decir, rompe con el esquema tradicional del emisor y receptor como en el siguiente ejemplo:

Tabla 4. Comunicador y receptor de Mario Kaplún

Comunicador	Receptor
• Emite	• Recibe
• Habla	• Escucha
• Elige el contenido de los mensajes	• Lo recibe como información
• Es siempre el que sabe	• Es el que no sabe

Fuente: (Kaplún,2002)

A este modelo de comunicación (Freire, 1997: p.75) lo denomina Concepción Bancaria, en la cual las personas son concebidas como objetos, porque únicamente son recipientes que reciben y almacenan la información.

Para eliminar el esquema antes mencionado los expertos (comunicadores) deben limitarse a un papel de “facilitadores” cuya única misión es la de promocionar y articular la participación que reside en cada comunidad.

De acuerdo (Kaplún; 2002: p.68) define a la comunicación como algo que se comparte, que se tiene o se vive en común; por lo cual hace una división entre información y comunicación: la primera concepción se refiere al sistema de transmisión de mensajes y la segunda a un proceso de diálogo.

Por ello, las características de la comunicación alternativa son:

- Promueve la participación
- Brinda acceso a los medios de comunicación social
- Es una herramienta de educación popular
- Acelera el cambio y desarrollo social

La comunicación no inicia hablando sino escuchando, detalla (Kaplún, 2002) la principal condición del buen comunicador es saber escuchar. Esta actitud de pensar en el otro, todo buen comunicador la lleva tan adentro que es en él, es un instinto.

El comunicador debe constantemente plantear como formular su mensaje, dónde partir, para que el interlocutor se reconozca en él. Se pregunta cómo son sus destinatarios, qué problemas, qué inquietudes, qué necesidades, qué características culturales tienen. Trata de ponerse en su lugar.

Un comunicador procura dialogar, aunque sea a distancia. EL comunicador entra así en un imaginario diálogo con el destinatario, donde se realiza un proceso de reflexión, de raciocinio; mientras va elaborando su mensaje, este comunicador tiene siempre imaginariamente presente, "junto a él", a ese interlocutor con quien intenta comunicarse. Se pregunta constantemente: "¿me entiende?, ¿me sigue?".

## 2.3 Extensión o Comunicación

El concepto de extensión para Freire es "invasión cultural", actitud contraria al diálogo, que es la base de la educación; concepto de dominación, que se encuentra, tan frecuentemente, en la educación tradicional; y que en vez de liberar al hombre, lo esclaviza, lo reduce a una cosa, lo manipula, no permitiendo que se afirme como persona.

Para (Freire, 1973: p.77) "conocer no es el acto, a través del cual un sujeto transformado en objeto, recibe, dócil y pasivamente los contenidos que otro le da o le impone".

Es por ello, que el conocimiento, por el contrario, exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo. Requiere su acción transformadora sobre la realidad. Demanda una búsqueda constante, implica invención y reinención.

Es por ello que la educación es comunicación, es diálogo; no transferir conocimientos, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados.

Por lo cual, resalta que en el proceso de aprendizaje, sólo aprende verdaderamente, aquel que se apropia y apropia de lo aprendido, reinventarlo. Por el contrario, aquel que es «llenado», por otro, de contenidos que contradicen su propia forma de estar en su mundo, no aprende.

La educación tiene que ser liberadora, no puede: por lo tanto, manipular. Una de sus preocupaciones básicas debe ser profundizar en la toma de conciencia, por ello, el educador en un proceso de concientización tiene derecho a dar sus opiniones, pero no tiene porque imponerlas.

Freire hace énfasis que no puede haber una capacitación técnica, por ella misma, ni tampoco como un mero y exclusivo instrumento de aumento de producción, sino debe ser concientizar como un proceso de reflexión del individuo, para hacerlos descubrir todo el conjunto de relaciones en que se encuentran.

Es por ello, (Freire, 1973: p.107) que las capacitaciones o cualquier otro medio que se utilicen; debe estar orientado a la reflexión, para que sean ellos quienes se descubran así mismos y puedan transformar su realidad.

## **2.4 Mediación pedagógica para la educación popular**

La mediación pedagógica basa su labor en la preparación de los materiales, en el diseño de prácticas de aprendizaje por parte de los interlocutores, es decir, como forma de los mensajes, validación y evaluación de los mismos.

El proceso de validación trata de superar el proceso centrado en el docente, el aula y el texto; así como exceso de información descontextualizada, orientación hacia el tema.

(Gutiérrez y Prieto, 1994: p.71) “Validar significa la prueba de los materiales con un grupo de posibles destinatarios, antes de su difusión masiva. Es una preocupación pedagógica por el interlocutor a fin de evitar la imposición de materiales”.

La validación es una manera de lograr que los interlocutores participen de este proceso para que aporten sus sugerencias en la que se pondrá en práctica. Esto debido a que buena parte de los mensajes enviados a la población no han sido probados previamente en ella, ya que se enmarca en vender ideas, ofrecer un producto y persuadir.

Una validación forma parte de una relación de amistad y cooperación con la población, no es llegar a la comunidad, reunirla y preguntar por preferencias de color, forma o contenido; cuando se procede de esta forma las personas pasan a ser instrumentos y no el fin último de un proceso.

La propuesta de validación de los materiales es una alternativa en educación, en la cual debe participar el interlocutor y reflexionar y buscar instrumentos adecuados; es decir que las capacitaciones son un medio a través del cual los interlocutores pueden construir sus propios mensajes por medio de dramatizaciones o juegos.

## **2.5 Desarrollo humano**

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD- aportó una manera diferente de entender el desarrollo, no es solo la mera acumulación de dinero sino como un proceso que amplía las libertades de las personas y de las comunidades; así ofrece diversas alternativas para que con base a ellas seleccione y alcance según sus capacidades y valores; vidas creativas y plenas que implica el mejoramiento de las capacidades humanas para gozar una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y contar con los recursos materiales que les permitan llevar una vida digna y valor.

El planteamiento sobre el desarrollo adquirió elementos fundamentales para pensar el futuro del globo en equidad: pleno ejercicio de los derechos humanos, logro del equilibrio ambiental, respeto por la diversidad étnica y cultural, equidad de género, justicia, participación, democracia, tolerancia, práctica de las reglas de la convivencia, protección a comunidades vulnerables y demás.

Resalta (García González, 2011: p.23) el desarrollo humano es el empoderamiento de la gente. Y este empoderamiento se concreta o materializa en el aumento de la riqueza de la vida humana, más allá de la riqueza económica.

La comunicación y la participación tienen los siguientes roles en el desarrollo: el empoderamiento de la gente, el entendimiento mutuo y el consenso para la acción, el mejoramiento de la capacitación y la creación de un contexto para que las políticas beneficien a la población.

De acuerdo con (Gularte, 2008: p.10) el desarrollo parte de las personas que participan en la lucha por cambiar las estructuras que genera la falta de goce de los derechos.

## Capítulo 3: Metodología aplicada

### 3.1 Enfoque

El enfoque del presente trabajo es mixto, porque se basó en datos cualitativos y cuantitativos; se analizaron datos y opiniones, ya que se utilizó instrumentos como el cuestionario de 10 preguntas cerradas y una opción abierta dirigido a las integrantes de Asociación de Mujeres Gente Nueva.

En cuanto a las técnicas a utilizadas en la metodología cualitativa está las entrevistas que se efectuaron a la Licda. Iris Isabel López Velásquez, Coordinadora General, Evelyn Lucas Coordinadora de Monitoreo y Evaluación y Srita. Fernanda Chang, encargada del componente de Juventudes con la finalidad de adquirir mayor información.

Otra técnica que se aplicó con la participación de 15 integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva a través de preguntas fue el FODA; Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; para determinar aspectos internos, externos y comunicación para el desarrollo.

También se aplicó la observación participativa directa, para establecer cómo se realizan los procesos de comunicación interna, externa y para el desarrollo; por lo cual se elaboró una guía de trabajo que se detalla en la sección de instrumentos. Esta herramienta también contribuyó a interpretar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este trabajo es descriptivo porque se detalla la situación interna, externa y comunicación para el desarrollo; así como es transaccional ya que esta investigación se efectuó en un tiempo determinado; inició en mayo de este año.

Para (Hernández Sampieri,1997<http://www.upsin.edu>)los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables.

En este diagnóstico comunicacional se establecieron las variables de cultura, desarrollo humano y comunicación. Un ejemplo de esto; es como influye una mala o buena comunicación interna y externa en el desarrollo y éxito de los proyectos que ejecuta Amugen.

### **3.2 Objetivo general**

Identificar los conocimientos que tienen la temática de Comunicación para el Desarrollo las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva, para establecer una estrategia integral.

### **3.3 Objetivos específicos**

Establecer la importancia que tiene la Comunicación para el Desarrollo en las mujeres de Amugen para elaborar implementar una estrategia.

Priorizar las debilidades que presentan las integrantes de Amugen en la temática de Comunicación para el Desarrollo para construir una estrategia que las elimine.

### **3.4 Fuentes primarias**

Entre las fuentes primarias a consultar están las siguientes:

- Entrevistas a las personas encargadas de la asociación, así como a las integrantes.
- Documentos de organizaciones que trabajan en el tema de VIH y sida como la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud, -OPS/OMS-, ONUSIDA, USAID.
- Folletos y trifoliales relacionados al tema de VIH y sida de diversas organizaciones e instituciones.
- Presentaciones de estadísticas de VIH y sida del Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

### 3.5 Fuentes secundarias

- Artículos relacionados a la temática del VIH.
- Testimoniales de mujeres publicados en periódicos.
- Reportajes publicados del VIH.
- Libros de texto.
- Monografías referentes al tema.

### 3.6 Actividades

Tabla 5. Actividades que se realizaron

Actividad a realizar	Con quien se realizará la actividad
Entrevistas para establecer cómo se coordina las actividades internas y externas.	Encargadas de Amugen
Cuestionario para determinar conocimientos e importancia de la comunicación.	Coordinadoras y Educadoras de Amugen
FODA, para establecer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de comunicación.	Integrantes de Amugen
Observación participativa directa para establecer tipos de comunicación	Reuniones sabatinas en Amugen Capacitaciones y talleres que imparte Amugen

Fuente propia

Actividades a realizar	Con quién se realizará la actividad
Solicitud de estadísticas oficiales para establecer situación de VIH en Guatemala.	Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
Análisis de la información recopilada	La investigadora

Fuente: propia

### 3.7 Instrumentos (objetivos y tipo de análisis)

Entre los instrumentos que se utilizaron están: La entrevista se aplicó para profundizar en detalles de comunicación interna, externa y para el desarrollo, las respuestas se analizaron y compararon con las observaciones efectuadas a partir del 25 de mayo de este año de lunes a sábado en horarios diversos.

Para profundizar en las actividades de comunicación de Amugen se aplicó una guía de observación; por lo que se analizó las acciones que efectúan las integrantes en las reuniones de los sábados, capacitaciones o talleres que imparten, participaciones en comisiones y organizaciones de eventos. Estos instrumentos fueron de utilidad para el cumplimiento del objetivo general y específicos.

También se elaboró un cuestionario (se detalla en anexos 3) que respondieron las dos coordinadoras, siete educadoras y cuatro cofacilitadoras de Amugen, para establecer los conocimientos e importancia de la comunicación. Las respuestas fueron tabuladas, analizadas e interpretadas. Este instrumento fue de gran utilidad para lograr objetivos específicos, ya que permitió establecer intereses y conocimientos en comunicación interna y externa en las integrantes de la asociación.

### **3.8 Población**

Asociación de Mujeres Gente Nueva de la sede central, está integrada por 20 mujeres, comprendidas entre las edades de 18 a 70 años; entre ellas hay pedagogas, psicólogas, trabajadoras sociales, bachilleres y amas de casa. Sin embargo siete están estudiando la primaria.

### **3.9 Muestra**

La muestra es no probabilística, ya que se realizó con una parte de la población que se seleccionó por las actividades que ellas realizan en Amugen y el muestreo es intencionado, debido a que a las personas que se les entregó el cuestionario fueron elegidas por el trabajo interno y externo en comunicación que realizan en la Asociación de Mujeres Gente Nueva.

Para lograr los objetivos establecidos en este diagnóstico el cuestionario se le entregó a las dos coordinadoras, siete educadoras y cuatro co-facilitadoras. El cuestionario tiene 10 preguntas cerradas y una opción abierta para que explicaran el motivo de la afirmación o negación.

### **3.10 Método de análisis**

La metodología de esta investigación fue el análisis que de acuerdo a (Barrrios, 2012: p 56) “el análisis tiene como fin la comprensión del entorno de la instituciones y sus conexiones internas y externas y cómo puede tener relación con la otra, en el resultado comunicacional, para convertirlo en un mensaje comprensible y orientador que llegue a establecer cambios significativos en la asociación para satisfacción de todas las participantes en el funcionamiento de la organización”.

Para ello, se aplicó la observación directa participativa, se determinó el clima organizacional, interacción entre las integrantes, así como con usuarias y socias(os) estrategias, tipo de comunicación, organización de actividades internas y externas; para lo cual se elaboró una guía que contiene actividad a observar, descripción de cómo se realizó la actividad y objetivo al que se da cumplimiento con su respectiva justificación.

La entrevista fue de utilidad durante las reuniones efectuadas con la Coordinadora General y de Monitoreo; para ello se realizó una guía de preguntas que contempla, transcripción e interpretación para establecer los objetivos a los que da cumplimiento esta actividad.

El cuestionario se efectuó para establecer el conocimiento en comunicación, interna, externa y para el desarrollo, de los integrantes de Amugen. Esto se realizó a través de la tabulación y elaboración de gráficas que arrojaron los porcentajes del objetivo general.

Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Asociación, la cual determinó las prioridades comunicacionales internas, externas y para el desarrollo; esto se efectuó con una reunión en la que participaron 15 integrantes de Amugen, quienes emitieron sus opiniones y sugerencias en este tema para realizar el FODA.

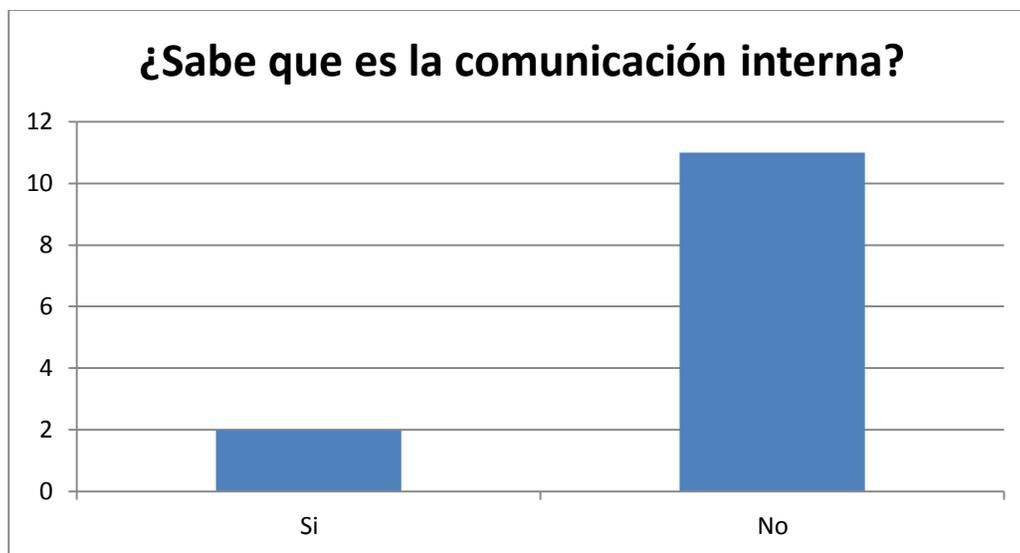
## Capítulo 4: Diagnóstico Comunicacional

### 4.1 Análisis de la comunicación interna

La comunicación interna está dirigida a todo el personal; la información fluye por toda la organización formando parte de la empresa, es por ello que cada vez aparece con más fuerza, surge la preocupación de las empresas por contar con sistemas organizados, ágiles y fluidos de comunicación entre la dirección y el personal a través de los canales que de acuerdo con sus características, se establezcan y que hagan posible que las personas puedan sentirse más involucradas en sus actuaciones de cada día.

Es por ello que para identificar los conocimientos e importancia en comunicación interna en las integrantes en Amugen se les entregó un cuestionario a lo que respondieron lo siguiente:

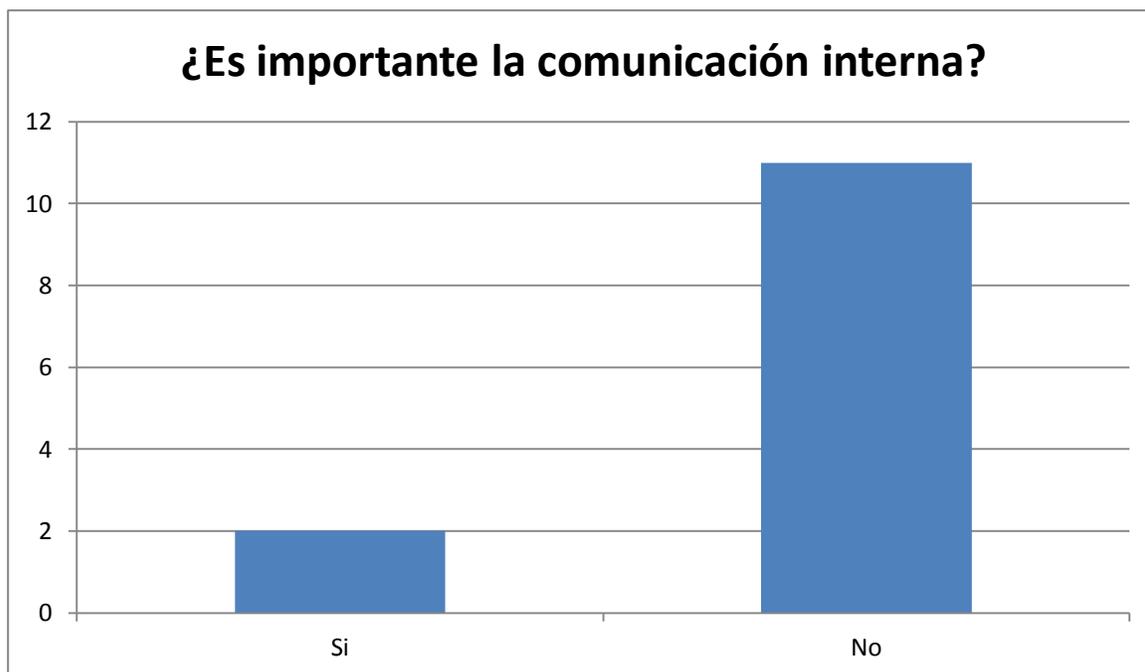
**Gráfica 1. Pregunta cuatro de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente propia

El 20% respondió que sí, porque es la que se da entre las integrantes de la asociación que conocen su funcionamiento y 80% respondió que no debido a que no saben qué es.

**Gráfica 2. Pregunta cinco de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente propia

El 20% respondió que si porque permite tener una buena coordinación y el 80% indicó que no saben.

Detalla (Urrutia, 2002 <http://www.bocc.ubi.pt>) que los tipos de comunicación interna son:

**a) La comunicación descendente**, es la que va desde la dirección a los demás miembros de la organización siguiendo la línea jerárquica. Tiende a ser considerada como la forma natural y espontánea de transmitir la información en la empresa. Es más fácil que un empleado esté atento a recibir información del jefe que a revés.

Las funciones de la comunicación descendente son: enviar órdenes múltiples a lo largo de la jerarquía; proporcionar a los miembros de la empresa información relacionada con el trabajo realizado; facilitar un resumen del trabajo realizado y adoctrinar a los empleados para que reconozcan e internalicen los objetivos de la organización.

**b) La comunicación ascendente:** El propósito es hacer llegar a los responsables una información general sobre el personal de la empresa en su sentido más amplio, esto es, desde promover e institucionalizar unos cauces adecuados que inciten a informar hacia arriba (buzones de sugerencias, participación en sus periódicos). Fluye desde los miembros de más bajo nivel hacia los de más alto nivel.

En Amugen se práctica la comunicación descendente, la cual sigue la cadena organizacional de mando hacia abajo, es decir, desde la mayor autoridad (Dra. Ericka Lisette, Pérez, presidenta) pasando por los diferentes niveles, esto debido a que la toma de decisiones importantes (elaboración del Plan Operativo Anual) de Amugen se realiza a través de las dos Asambleas anuales, que son dirigidas por las integrantes de la Junta Directiva y las Coordinadoras de la sedes de Petén, Izabal y Central.

Las decisiones y acciones a seguir; quedan plasmadas en actas. Posteriormente cada Coordinadora informa a las integrantes de forma verbal y por medio de un informe según entrevista realizada el 18-05-2013 a la licenciada Iris López, coordinadora de la Sede Central de Amugen.

En caso que una de las educadoras desee realizar una propuesta importante, la Coordinadora de cada sede, es la encargada de hacer llegar esta solicitud escrita y por correo a la presidenta de la Junta Directiva, es decir se respeta la línea de jerarquía.

Al momento de tener una respuesta a dicha solicitud, esta es enviada a la Coordinadora de la sede, quien será la encargada de trasladar la respuesta a su integrante.

Estas se comunican constantemente a través de correo electrónico, mensajes de texto y vía telefónica, ya que con frecuencia coordinan actividades o en ocasiones que una integrante viaja para visitar las otras sedes departamentales con la finalidad del intercambio de información, participación en talleres, capacitaciones o colaboración en casos especiales como apoyo a víctimas de violencia sexual.

Los logros de Amugen, sede central son presentados internamente, es decir a las integrantes de la Asamblea y Coordinadoras de las otras sedes; esta actividad no se realiza de forma externa; debido a que no cuentan con recursos económicos para realizarlo en un lugar apropiado.

Amugen elabora al año un plan de trabajo, el que establece las acciones que realizarán como por ejemplo cuantas capacitaciones impartirán, útiles, enseres y recursos económicos que necesitan para las actividades que realizarán.

Asimismo, los documentos que han elaborados las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva son el estatuto, hoja de asistencia, evaluaciones de talleres y libro de testimonios de América Latina.

En cuanto se refiere a la comunicación interna de la Sede Central de Amugen, según observación realizada los días 18 y 25 mayo, la comunicación es descendente, debido a que las reuniones las dirige la licenciada López.

Las reuniones sabatinas inician con un informe verbal de la coordinadora, Licda. López, quien les indica las actividades que realizarán ese día; así como asigna actividades internas y externas; posteriormente las integrantes dan sus sugerencias, comentarios y/o aportaciones de los temas a tratar para posteriormente iniciar a trabajar.

Si una de las integrantes no está presente en la reunión se le pregunta telefónica o mensaje de texto si puede apoyar en alguna de las actividades.

Cuando una persona se integra a esta asociación, las coordinadoras la presenta a todas las integrantes y dan a conocer la visión, misión, y los objetivos; así como el trabajo que realizan constantemente.

Para tener un registro y control interno las coordinadoras proceden a entregar una ficha de descripción, en la cual se le solicita información de los motivos por los cuales se integra a la asociación; así como datos médicos y en qué áreas le gustaría trabajar; estas fichas son totalmente confidenciales.

Las fichas antes mencionadas, las únicas personas que tienen acceso a estas son la Coordinadora General y la de Monitoreo y Evaluación.

**c) La comunicación Horizontal:** La comunicación horizontal es la que se da entre las personas consideradas iguales. Las principales funciones de la comunicación horizontal son la de facilitar la coordinación de tareas, permitiendo a los miembros de la organización establecer relaciones interpersonales efectivas a través del desarrollo de acuerdos implícitos; proporcionar un medio para compartir información relevante de la empresa entre compañeros.

La comunicación horizontal se evidencia en la relación entre las educadoras y co educadoras de Amugen, la comunicación es fluida entre ellas, esto se observa en la forma en que trabajan y como se organizan en equipo.

Mientras las integrantes de Amugen realizan las tareas que le fueron asignadas por parte de la Coordinadora, platican de varios temas como el comportamiento de los hijos e hijas en hogar, como les va en el trabajo y estudio; esto es muestra de armonía, compañerismo y buena comunicación.

**d) La comunicación circular:** surge de las relaciones sociales que se desarrollan entre los miembros de la organización y representa una parte importante de toda la comunicación que se genera en las grandes organizaciones.

La comunicación circular en Amugen se basa en la Sororidad, es un término de la teoría de género, que significa la alianza entre mujeres basada en la amistad y apoyo mutuo; en la Asociación de Mujeres Gente Nueva se evidencia en el compañerismo entre las integrantes; esto se muestra en el apoyo que se brindan al momento de realizar las tareas que se les asignan cada sábado.

**e) La comunicación de crisis:** Es un cambio repentino de situaciones que amenazan la imagen y el equilibrio de la asociación frente al que hay que reaccionar.

En cuanto a este tipo de comunicación en septiembre del 2012, renunció la Presidenta de Amugen; por lo cual de inmediato se procedió a la elección de la nueva lideresa. La Licda. Iris López, coordinadora General de Amugen sede central, indicó que el proceso se realizó de la siguiente forma.

Para realizar esta actividad se efectúa una convocatoria que se envió por correo electrónico, también se les informó vía telefónica y para recordarles de la reunión se les envió mensaje de texto a todas las integrantes de las tres sedes de Amugen.

La logística de la reunión estuvo a cargo de las integrantes de la Junta Directiva que seleccionaron a tres socias a quienes se les preguntó si les gustaría postularse a Presidenta de la Asociación, las tres respondieron afirmativamente.

La Junta Directiva estableció el mecanismo para la elección de la Presidenta de Amugen, sería a través de la votación escrita y quien tuviera la mayoría ocuparía el cargo.

En la reunión se dio la bienvenida a todas las integrantes, se presentó a las candidatas, justificó la postulación y se les presentó a las tres; así como explicó el proceso de selección y votación para elegir a la nueva presidenta.

El conteo de los votos lo realizaron las integrantes de Junta Directiva en presencia de todas las socias que asistieron. La presidenta electa fue la Dra. Erika Pérez. Sin embargo para el 28 de septiembre de este año se tiene programada la Primera Asamblea en la que se ratificará a la actual o elegirá a la nueva Junta Directiva, finalizó la Licda. Iris López.

Para esto se preparan con anticipación para recibir a las integrantes que proceden de las otras sedes, se les ubica un lugar seguro, con lo que se garantiza la participación de ellas en esta elección.

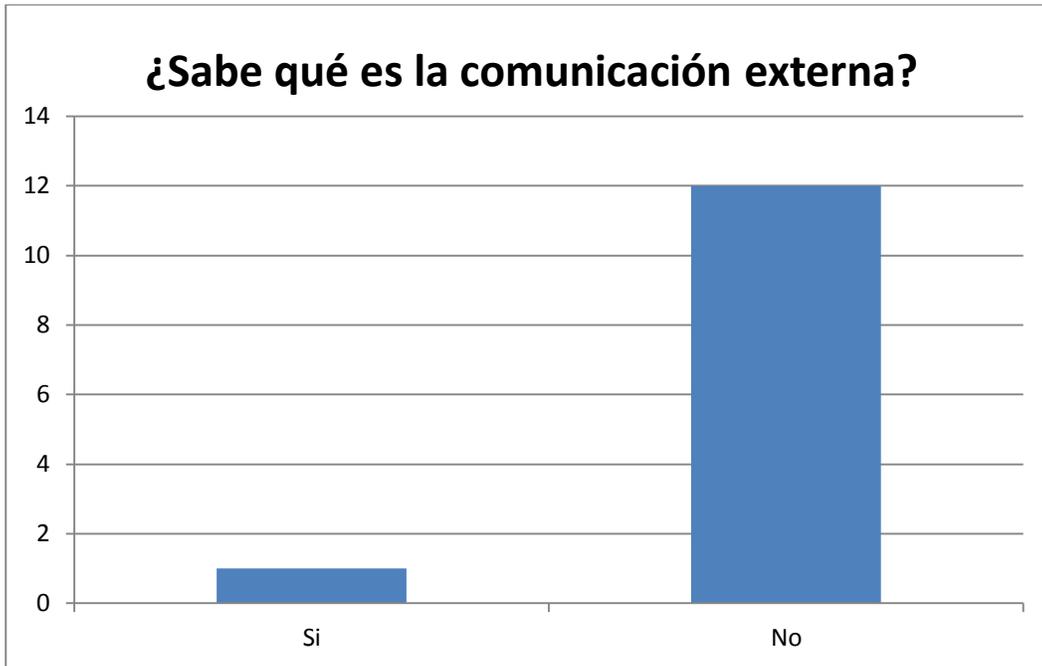
El relato de la Coordinadora General de Amugen, en cuanto a la elección de Presidente; muestra que las integrantes de la Asociación tienen constante y fluida comunicación vía telefónica, correo electrónico, mensajes de texto y de ser necesario visitan las otras sedes.

## **4.2 Análisis de la Comunicación Externa**

La comunicación externa o exterior de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos de las instituciones, asociaciones o negocios. Así como a proyectar una imagen favorable de la asociación y promover actividades, productos y servicios.

En este tema también se les preguntó a través del cuestionario a las integrantes de Amugen si tienen conocimiento y es importante la comunicación externa.

**Gráfica 3. Pregunta seis de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente: propia

El 20% respondió que sí, porque es la imagen externa de la Asociación y el 80 % que no saben.

**Tabla 6. Del por qué de la pregunta 4 del cuestionario a integrantes de AGN**

Respuesta	Total	%
Permite las alianzas estratégicas	2	15
No saben	9	69
Permite dar información	1	8
Para saber lo que pasa a su alrededor	1	8

Fuente: propia

**Relación de comunicación con los usuarios.** Amugen se relaciona con el público a través de la participación de las integrantes en capacitaciones, talleres, charlas, congresos internacionales, publicaciones en facebook, debido a que no cuentan con página web y campañas de prevención masivas en medios de comunicación; que son financiadas por cooperantes internacionales.

De las 20 integrantes de esta Asociación, 13 participan y apoyan en talleres, capacitaciones, congresos científicos y asisten a reuniones con otras asociaciones, instituciones y organismos internacionales.

Amugen participa en actividades de relevancia como el Día Mundial del VIH y Sida o Candlelight (día en el que se conmemora a las personas que mueren por el VIH) elaboran notas informativas con fotografía que son enviadas por correo electrónico a todos sus contactos entre los cuales están las asociaciones, cooperantes e instituciones; por lo que cuentan registro de socias(os) estratégicos.

Toda la información que es redactada y enviada a los contactos; así como la publicada en facebook está a cargo de la Sra. Noelia Hernández y La Licda. Iris López coordinadora de Amugen, ya que las otras integrantes no han manifestado interés de apoyar en esta actividad, según lo informó en entrevista Evelyn Lucas coordinadora de Monitoreo y Evaluación.

La Asociación de Mujeres Gente Nueva; es identificada por la participación de la Licda. López como mujer viviendo con VIH; en cuatro campañas de prevención masivas como:

- Ahora y qué de PASMO
- Pasión por la Vida
- Eliminación de estigma y discriminación
- Estigma y Discriminación de Fundación Fernando Iturbide, publicada a partir del 17 de junio de este año.

Con esto Amugen, ha ganado: identificación con el público, apoyo únicamente técnico, invitaciones para participación en diversas actividades educativas, informativas y formativas.

Como se menciona con anterioridad, 13 integrantes interactúan y representan a esta asociación ante otras instancias, después de participar en las actividades; cada una de ellas en reunión informan con una presentación en powerpoint; en qué consistió dicha actividad con la finalidad que todas estén enteradas de lo que se trabajó para dar seguimiento indicó la Licda. Evelyn Lucas en entrevista.

Asimismo, para impartir las capacitaciones a instituciones, estos las contactan a través del facebook o de los celulares de las Coordinadoras de Amugen; ya que tienen línea telefónica pero no tienen secretaria, por falta de recursos económicos.

También interactúan a través de las capacitaciones que ellas imparten de forma gratuita a diversas instituciones como a los trabajadores de hospitales nacionales, grupo de madres, asociaciones que lo requieran.

Para comprobar la veracidad de esta información, se les preguntó a las integrantes de Amugen través del cuestionario cuáles son las actividades que más realizan y por qué; a lo que respondieron lo siguiente:

**Gráfica 4. Pregunta 10 de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente propia

El 100% respondió que son las actividades que les gusta realizar. Solo al 10% le gusta ser imagen de campañas masivas, esto debido a que si son imagen pública son discriminadas como ejemplo: algunas de ellas han sido despedidas, cuando sus jefes se enteran de que viven VIH, como lo relató en reunión realizada el 13-07-2013, la señora Amalia Hernández.

**Relación con instituciones.** Las integrantes de Amugense relaciona con Ministerio de Salud, Gobernación y Educación, con las cuales tienen reciprocidad que se evidencia en constantes invitaciones a participar en seminarios, talleres y para que ellas impartan capacitaciones formativas para la prevención del VIH y sida, al personal que labora para estas instituciones, es por ello que recientemente capacitaron a agentes de la Policía Nacional Civil; así como sus autoridades.

Estas instituciones apoyan a Amugen, con material informativo impreso como afiches y trifoliales de formas de prevención de violencia intrafamiliar o sexual.

**Cooperantes Internacionales.** La relación es buena, debido a las siguientes acciones:

- La coordinadora de Amugen, ha sido la imagen de campañas de prevención masivas en medios de comunicación.
- Invitación para participar en Congresos internacionales; como el que organizó UNICEF, efectuado en julio de este año, el que consistió en estigma y discriminación a través de los testimonios de personas que viven con VIH.
- Apoyo de ONUSIDA en la reproducción de documentos; como “Vulnerabilidad, Violencia y VIH”, el cual recopila historias (testimonios) y situación de las mujeres que viven con VIH en 14 países de América Latina.
- AidsHealtFundation –AHF- capacitó a las dos directivas y educadoras en cómo realizar la prueba rápida de VIH, por lo que Amugen brinda este servicio a quien lo requiera; así como la consejería previa.
- Comisión Internacional de la Mujer de la OEA, les ha solicitado la presentación de logros de AMUGEN, para brindarles apoyo con material didáctico.
- Amugen participó y brindó apoyo técnico en temas de prevención como la elaboración del documento “Incidencia del condón femenino” de Center forHealth and GenderEquity –CHANGE-.

CHANGE financió y brindo apoyo técnico para realizar la Primera Cumbre de Salud Sexual y Reproductiva de las Juventudes que se realizó del 23 al 25 de septiembre del 2013; en el cual la Licda. Iris López coordinadora de Amugen en conjunto con Lic. Hugo Higüeros de ChangeCenter forHealth and GenderEquity solicitaron a la practicante en Comunicación para el Desarrollo les asesorará para establecer logotipo y eslogan.

Esto se realizó de forma participativa, las juventudes determinaron logotipo y slogan de la Primera Cumbre Nacional de Juventudes en Salud Sexual y Reproductiva, partiendo de preguntas como cuáles eran los colores significativos, figuras y para el eslogan cuál era el objetivo de la Cumbre. Dos representantes de organizaciones de jóvenes diseñaron el logotipo el cual se validó.

El objetivo de la Primera Cumbre Nacional fue un encuentro para el intercambio de experiencias y realizar propuestas a autoridades de gobierno para la prevención de los embarazos, violencia sexual y VIH en las juventudes.

Figura 4. Logotipo de Primera Cumbre Nacional de Juventudes



Fuente: Amugen

**Asociaciones y Comisiones.** Con las distintas asociaciones Amugen, tiene buena relación, exceptuando con una de ellas; debido a intereses económicos y de poder según indicaron en entrevista las coordinadoras de esta asociación.

- Comisión internacional de la Mujer de la OEA –CIM-.
- Invitación a los Congresos internacionales del Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas (MLCM+).

- Red de Mujeres Positivas en Acción, no se tiene una buena relación, ya que argumentan que la coordinadora de Amugen y de la Comisión Nacional para la Prevención y Control de ITS, VIH Y sida, -CONASIDA- del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, es la Licda. Iris López); lo que crea ruidos de la comunicación como el temor que el apoyo que se brinde a la Asociación de Mujeres Gente Nueva sea desviada a la institución gubernamental.

**Alianzas estratégicas.** Las organizaciones con las que tiene alianzas estratégicas Amugen son:

- Observatorio Nacional de Salud Reproductiva –OSAR- apoya con material didáctico para capacitaciones y talleres; así como el intercambio de información relacionada al VIH y Sida.
- Gente Nueva Central, Izabal y Petén: estas les apoyan con organización de talleres y capacitaciones; así como les prestan sus instalaciones a las integrantes de Amugen de Puerto Barrios, para sus reuniones sabatinas.
- ICERIBAGARY es una asociación de mujeres garífunas que trabajan en el tema de VIH, intercambian información relacionada a la prevención de las Infecciones de Transmisión Sexual –ITS-, VIH y sida.
- Participación en reuniones periódicas de la Alianza Contra la Violencia Sexual de Asociación Pro Bienestar de la Familia -APROFAM-, en ONU Mujeres, Alianza Nacional de personas que viven con VIH y Comisión internacional de la Mujer de la OEA –CIM-.

Imagen 1. Reunión de Alianza contra la Violencia



Fuente: propia

En primer plano la Coordinadora de Amugen, Representante de Conasida, Encargada del Componente de Juventudes y Representante de la APROFAM.

**Medios de comunicación.** Amugen, no realiza conferencias de prensa; ya que no cuenta con recursos económicos y personal especializado en el tema; (comunicador/a), debido a que se requiere la elaboración de boletín informativo o comunicado; así como convocatoria de prensa y lugar adecuada para la recepción de periodistas. Sin embargo se tiene estipulado que la vocera de esta asociación es la Licda. Iris López, quien ha sido capacitada en tres oportunidades en vocería de VIH, por Olga Villalta, Patricia Ceballos y Alma Palma (Q.E.P.D.).

En esta área hay una concentración de actividades debido a que la Licda. Iris López es la única que ha realizado más de tres campañas en medios masivos de comunicación debido a que acepta en público que vive con VIH.

Para fortalecer la imagen externa las Coordinadoras de Amugen indicaron que están capacitando a las otras integrantes para la aceptación que viven con VIH. Para descentralizar la imagen externa de Amugen que recae en la Licda. Iris López, coordinadora General y para fortalecer la imagen externa para el desarrollo de esta asociación se trabajó en modificar materiales como el eslogan, logotipo, presentación powerpoint y tríptico. También se elaboró volante, banner y cuña radial de Amugen que se transmitió en Radio Universidad.

Estos materiales se modificaron y realizaron con el apoyo de las estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado de Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y a solicitud de las coordinadoras les apoyó la estudiante de Comunicación para el Desarrollo para que las integrantes validaran sus productos a través de preguntas generadoras como la siguientes.

¿Qué color es significativo para ustedes?

¿Qué tipo de la letra?

¿Qué mensajes?

¿Se debe agregar otros mensajes?

¿Claridad del mensaje?

**Logotipo**(Se trabajó, con la practicante que elaboró este informe)

**Antes**

Figura 5. Amugen Logo 1



Fuente: Amugen

**Ahora**

Figura 6. Logo Amugen 2



Fuente :Amugen

**Presentación power point**(Se trabajó, con la practicante que elaboró este informe).

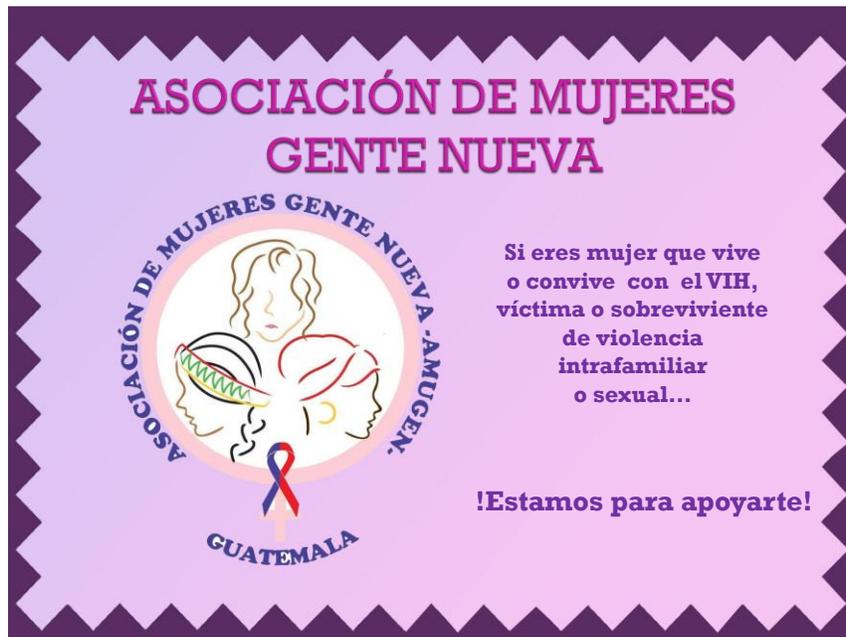
**Antes**

Imagen 2. Presentación Amugen power point 1. Antes



Fuente: Amugen

Imagen 3. Presentación power point 2. Ahora



Fuente Amugen

**Volante:**(No tenía se trabajó con. la practicante que elaboró este informe)

Imagen 4. Volante de Amugen



Fuente :Amugen

## Trifoliar 1. Antes

Imagen 5. Trifoliar de Amugen 1. Antes

**AMUGEN, Organización referente para Guatemala del Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas. - MLACM+**



**ASOCIACION DE MUJERES GENTE NUEVA**

Edificio Valenzuela 2do. Nivel Of. 203  
14 Calle 6-12 Zona 1

Tels: 4466-1696 5510-5603

[mujeragn@gmail.com](mailto:mujeragn@gmail.com)

Guatemala, C.A.

**SEDES**

**Sede Central**  
14 Calle 6-12 Zona 1  
Edificio Valenzuela  
2do. Nivel Of. 203  
Tels: 4466-1696 5510-5603

**Sede Ciudad Quetzal**  
Contacto: Brenda Escalante  
Tel: 4119-4471

**Sede Puerto Barrios**  
Contacto: Filomena Sánchez  
Tel: 4705-1708

**Sede Petén**  
Contacto: Yulma Balcón  
Tel: 4247-4479

*Si eres mujer con VIH, infectada o sobreviviente de violencia intra-familiar o sexual, estamos para apoyarte.*



**Organización Pionera**

**Incidiendo en el condón**

**Femenino (FC2)**

Fuente :Amugen

**AhoraTrifoliar**(Diseñado por estudiantes de EPS de Publicidad, de la ECC de la USAC)

Imagen 6.Trifoliar de Amugen 2. Ahora

**SEDES:**  
Sede Central  
14 calle 6-12, zona 1  
Edificio Valenzuela 2do.  
Nivel Of. 203 Tels:  
4466-1698 / 5510-5603

Sede Puerto Barrios  
Contacto: Karla Acevedo  
Tels.: 4160-8679 /  
5558-4177

Sede Petén  
Contacto: Yulma Batún  
Tel.: 4247-4479 / 5574-9482

Escuela de Habilidades de la Comunicación  
USAC

COMUNI CARES

ONUSIDA  
PROGRAMA COMUNITARIO DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EL SIDA

AMUGEN, Organización referente para Guatemala del Movimiento Latinoamericano y del Caribe de Mujeres Positivas MLACM+

*Mujeres Apoyando Mujeres*

Tus donaciones serán bienvenidas. Si quieres apoyarnos comunícate al tel. 4146-8493 o búscanos en facebook

f amugen  
t @amugengua

Organización pionera en incidencia del condón femenino (FC2)

ASOCIACIÓN DE MUJERES GENTE NUEVA -AMUGEN- GUATEMALA

"Si eres mujer que vive o convive con VIH, víctima/sobreviviente de violencia intra-familiar y sexual. Estamos para apoyarte".

14 calle 6-12, zona 1 Edificio Valenzuela 2do. Nivel Of. 203  
Tels: 4466-1698 5510-5603  
mujeragn@gmail.com  
Guatemala, C.A

Fuente: Amugen

**Banner:**(No tenían. Diseñado por las estudiantes de EPS la ECC de la USAC)

Imagen 7. Banner de Amugen

**ASOCIACIÓN DE MUJERES  
GENTE NUEVA**

**ASOCIACIÓN DE MUJERES GENTE NUEVA-AMUGEN.  
GUATEMALA**

**SI ERES MUJER QUE VIVE O  
CONVIVE CON VIH, VÍCTIMA O  
SOBREVIVIENTE DE VIOLENCIA  
INTRA-FAMILIAR O SEXUAL,  
ESTAMOS PARA APOYARTE.**

**14 calle 6-12, zona 1 Edificio  
Valenzuela 2do. Nivel Of. 203  
Tels: 4146-8493 5510-5603  
mujeragn@gmail.com  
Guatemala, C.A**

**Mujeres Apoyando  
Mujeres**

Fuente: Amugen

**Cuña radial** (No tenía. Grabado por estudiantes de EPS de Publicidad, de la ECC de la USAC)

“Si eres mujer que vive  
o convive con el VIH,  
víctima o sobreviviente de violencia intrafamiliar  
o sexual...

!Estamos para apoyarte!

14 calle 6-12 zona 1, Edificio Valenzuela, 2º. Nivel

Teléfono 4146-8493 y 5510-5603

mujeragn@gmail.com

amugengua@hotmail.com”

**Eslogan** (No tenían. Diseñado por las estudiantes de la ECC de la USAC)

“Mujeres apoyando Mujeres”

Este no fue validado, fue impuesto por las estudiantes de EPS de Publicidad de la ECC de la USAC, debido a que las integrantes de Amugen le indicaron que lo quitaran del banner y trifoliar y lo dejaron.

A pesar que las integrantes de Amugen validaron los materiales y solicitaron cambios en los productos a las Estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado de Publicidad, estas no los efectuaron una muestra de ellos es la falta de ortografía como la palabra “víctima” que está en banner y diferentes tipos de letra en banner y trifoliar.

#### **4.3 Análisis de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

La comunicación es un proceso de diálogo y participación que no le pertenece a los “expertos” sino que a todo ciudadano o ciudadana que quiere un cambio en su comunidad para lograr un bien común. Se entiende que la comunicación no es “mandar mensajes”, “hacer campañas” o simplemente “trasladar información” indica (Gularte, 2013 p.36).

La comunicación para el desarrollo encuentra la prioridad de apoyar a la gente más afectada por los problemas de desarrollo en sus comunidades y países, con el fin de permitirles expresarse, dar voz a sus perspectivas, y contribuir; así como actuar en función de sus ideas para mejorar su propia situación – por ejemplo pueblos indígenas y las personas con VIH o sida.

Al consultarles a las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva si saben que es Comunicación para el Desarrollo a través de un cuestionario respondieron, lo siguiente:

**Gráfica 5. Pregunta 3 de cuestionario a integrantes de Amugen**



Fuente: propia

El 80% respondió que sí y el 20% respondió que no porque.

**Tabla 7 Respuesta del por qué de la pregunta 7 a integrantes de Amugen**

Respuesta	Total	%
Permite analizar y buscar mejoras para un bien común	2	16
Es la que se realiza a nivel comunitario con la finalidad de mejorar las condiciones de las personas	2	15
Permite saber las necesidades de una determinada población	2	25
Permite desarrollar destrezas	4	31
No lo ha investigado	3	23

Fuente: propia

Las respuestas del por qué de la pregunta siete a integrantes de Amugen, establece la falta de desconocimiento en la temática de Comunicación para el Desarrollo. Sin embargo es importante resaltar que Amugen contribuye en dar cumplimiento a los siguientes Objetivos del Milenio.

- **Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.**
- Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de finales de 2015
  
- **Objetivo 5: Mejorar la salud materna**
- Reducir en tres cuartas partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna.
- Lograr el acceso universal a la salud reproductiva.
  
- **Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.**
- Haber detenido y comenzado a reducir la propagación del VIH/SIDA en 2015.
- Lograr, para 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/SIDA de todas las personas que lo necesiten.
  
- **Objetivo 7 Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, se reciclan latas y se utilizan materiales plásticos cuando hay taller de terapia ocupacional.**

Estos objetivos están plasmados en la Visión, Misión, Objetivos y Plan Operativo Anual de Amugen; el principal mecanismo que utilizan para dar cumplimientos a los OMD son las capacitaciones, talleres y diplomados en prevención de VIH, igualdad de género, derechos sexuales y reproductivos, identificación de violencia basada en género, dirigidas a niñas, jóvenes y mujeres adultas.

Es por ello, importante identificar como se realiza el proceso de comunicación para el desarrollo en las actividades que realiza Amugen.

**Las capacitaciones internas.** Están a cargo de la Coordinadora General y la de Monitoreo y Evaluación; así como la Educadora de Adolescentes de Amugen.

Estas inician con una breve explicación de la capacitadora que consiste en indicar el tema a tratar como ejemplo en la observación del 1 de junio del 2013 se proyectó la película Transmisión Vertical de VIH, (madre a hija/o); al finalizar Fernanda Chan la capacitadora de adolescentes realizó a las socias presentes de Amugen las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es la transmisión vertical?
2. ¿Formas de adquirir el VIH de madre a hija/o?
3. ¿Qué deben hacer para que el bebé no adquiera el VIH?
4. ¿Qué violaciones a los derechos de la mujer muestra la película?

Al responder la pregunta ¿Qué es la transmisión vertical?, una de las integrantes pronunció “contagio”, por lo cual la Coordinadora General, quien le indicó “no deben utilizar palabras incorrectas que promueven discriminación; lo correcto es: el VIH se adquiere o se transmite”.

Por ello, una de las socias sugirió crear un listado de términos adecuados en VIH; que podrían utilizarse en capacitaciones a adolescentes y mujeres; con esto se contribuye a reducir el estigma y discriminación. Otra participante expresó que se podría hacer carteles y colocarlos en la pared para tener la información siempre presente.

A la pregunta ¿Qué violaciones a los derechos de la mujer muestra la película? una de las participantes indicó que desconoce cuáles son los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

La capacitadora preguntó a las asistentes si han leído la “Ley de acceso universal y equitativo de servicios de planificación familiar” Decreto 87-2005 y su integración al Programa Nacional de Salud Reproductiva; así como la de Maternidad Saludable” Decreto 32-2010, algunas respondieron que no.

La Coordinadora General, procedió a entregar las Leyes antes mencionadas a cada una de ellas, dejándoles la tarea de leerlas y dentro de cuatro semanas serán comentadas y discutidas en una reunión.

Imagen 8. Capacitación interna a integrantes de Amugen



Fuente :Amugen Fernanda Chan durante una capacitación interna a integrantes de Amugen

Las metodologías que utilizan en las capacitaciones han sido elaboradas por diversas instituciones, asociaciones y organizaciones nacionales e internacionales; las cuales son adaptadas o adecuadas según el público. Como expresó Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo y Evaluación “no podemos presentar la misma película a indígenas y garífunas por la barrera idiomática por lo que se tienen otras metodologías”.

Los materiales que se utilizan para capacitar a niñas y niños son títeres, juegos, peluches y gabachas; como ejemplo: en el tema de educación sexual que comprende los órganos reproductivos internos y externos de la mujer estos son representados con peluches como lo muestra la figura 5.

Imagen 9. Capacitación en salud sexual y reproductiva a niñas de Amugen



Fuente: propia Fernanda Chan capacitando a niñas en salud sexual y reproductiva

**Las capacitaciones a mujeres.** Aplican diversas metodologías que se determina según la temática, por ejemplo en prevención del VIH y violencia sexual utilizan el testimonial de personas que viven con el virus y/o violencia indicó la Licda. Iris López, coordinadora.

Un ejemplo de los resultados de las capacitaciones vivenciales son que en el 2010 durante una capacitación en Petén al aplicar la metodología Caminando en tus zapatos una de las participantes sufrió una crisis, se le apoyó en esa oportunidad; sin embargo a partir de ese momento se estableció que en todas las capacitaciones debía estar una psicóloga para atender estos casos; debido a que esta situación se repitió en otras ocho ocasiones, detalló Evelyn Lucas.

“Estas metodologías son vivenciales buscan a través de historias apoyar los procesos de formación para replicar y contribuir a la prevención de los temas tratados”, expresó Patricia López, educadora.

De acuerdo con la observación del 9 de agosto en la que se capacitó a funcionarias(os) de los Centros de Readaptación, Rehabilitación, Capacitación y Reinserción para jóvenes con Conflicto con la Ley Penal, durante el desarrollo se generó el diálogo y reían al momento de hablar de métodos de barrera.

Al finalizar las actividades felicitaron a la capacitadora de Amugen por su trabajo y dar su testimonio de ser una persona que vive con VIH; expresaron las y los participantes que las hizo pensar en lo importante que es protegerse a pesar que tengan una sola pareja.

Como se evidencia las capacitaciones de las mujeres toman elemento de la Comunicación para el Desarrollo que es la participación y la generación del diálogo entre las y los participantes.

Imagen 10. Capacitación a Responsables de Centros de Readaptación



Fuente: propia      Licenciada Iris López, coordinadora de Amugen en capacitación a Responsables de Centros de Readaptación y Reinserción para jóvenes con Conflicto con la Ley Penal

**Capacitaciones a juventudes.** Fernanda Chan, encargada del componente de Adolescencia y educadora asegura que las metodologías tienen como objetivo sensibilizar a los jóvenes para prevenir el VIH y prevenir abusos sexuales en estas poblaciones.

Noelia Lemus, educadora expresó que para abordar temas de prevención en jóvenes los medios que se utilizan son dinámicas, cortometrajes, la metodología Caza Mitos que consiste en fichas de papel en las que ellas y ellos escriben; los mitos y realidades en VIH.

No utilizan los trifolios y rotafolios, debido a que los jóvenes prefieren los juegos, es por ello que nuestras capacitaciones realizamos dinámicas al inicio y al final de la actividad, comentó Noelia Lemus.

El 18 de julio de este año se realizó una capacitación a 60 jóvenes comprendidos entre las edades de 13 a 19 años de edad de diferentes centros educativos de Escuintla; estas inician con presentaciones powerpoint, así como charlas preventivas en las que participan con la práctica de colocar el condón en el dildo (pene de madera).

Sin embargo, según observación del 18 de julio debido por falta de tiempo no se concluyó con una metodología. La capacitadora se estresó y ya no se expresaba adecuadamente y un joven le comentó a la persona que estaba a la par de él “ella no sabe nada”.

Otra participante le dijo cálmese; Fernanda Chan respondió “disculpen pero indicaron que ya no tenía más tiempo para terminar y aseguro “quiero renunciar”.

Cuando la capacitadora dio la plática de VIH una de las participantes le dijo que ella rechazó su opinión; esto debido a que Fernanda Chan indicó que el término correcto es viviendo con VIH y no portadora (or).

## Imagen 11. Capacitación a jóvenes de Escuintla



Fuente: Amugen Fernanda Chan en cargada del Componente de Juventudes en capacitación a jóvenes

En las capacitaciones dirigidas a jóvenes según las observaciones directas participativas de julio se estableció las siguientes debilidades.

- El tema: no investiga datos o estadísticas de lo que expondrá.
- No planifica: El orden de los temas: se evidencia en el uso de los términos correctos se informan al final y esto debe ser al inicio.
- El tiempo: No termina algunas metodologías, porque no programan y toman el tiempo.
- El verificar el lugar: Llevan varios materiales debido a que no conocen el lugar en el que realizarán la actividad.
- Carecen de un juego participativo y generador de diálogo para términos correctos en VIH.

#### 4.4 FODA

El análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas es una de las herramientas que provee insumos necesarios para el análisis la comunicación interna y externa de Amugen; con la finalidad de establecer las debilidades y fortalecer esta asociación; para ello se contó con la participación de las coordinadoras e integrantes, a quienes en reunión se les entrevistó el 16 de junio de este año.

Tabla 8. FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las integrantes saben la Visión, Misión y objetivo de Amugen</li> <li>• Cuentan con un plan de trabajo.</li> <li>• De 13 a 10 les gusta capacitar en prevención.</li> <li>• Las 20 integrantes están interesadas en capacitarse en comunicación para el desarrollo</li> <li>• Equipo multidisciplinario integrado por pedagogas, psicólogas y trabajadoras sociales que son las personas que capacitan.</li> <li>• Para situaciones de emergencias tienen asignada a vocera que ha sido capacitada en temas de VIH</li> <li>• Personería jurídica.</li> <li>• Tienen sede propia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones constantes del personal, pero carecen de material educativo.</li> <li>• Crear su propio material con la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo</li> <li>• Planificación desde la Comunicación para el Desarrollo</li> <li>• Participación en congresos internacionales.</li> <li>• Alianzas estratégicas con organizaciones, asociaciones y cooperantes internacionales para la articulación de acciones preventivas.</li> <li>• Ampliar la cartera de servicios de la asociación.</li> <li>• Donación de métodos de barrera y pruebas rápidas de VIH.</li> </ul>

Fuente: propia

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tienen recursos económicos para compra de materiales educativos.</li> <li>• Las mujeres que desean capacitar como lideresas se enferman, con lo que se retrasa empoderamiento.</li> <li>• Bajo nivel educativo; de las 20 integrantes siete; están estudiando primaria.</li> <li>• Desconocen que es Comunicación para el Desarrollo.</li> <li>• No planifican las capacitaciones</li> <li>• No preparan la información de los temas que impartirán.</li> <li>• No tienen una metodología para términos correctos del VIH</li> <li>• No sistematizan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación hacia las integrantes que viven con y conviven con VIH</li> <li>• Misoginia, debido a que es una asociación que trabaja por y para las mujeres.</li> <li>• Que las destituyan del puesto que ocupan en la institución que laboran; debido a que el salario que devengan las integrantes pagan el alquiler de la sede que es de dos mil 500 quetzales mensuales.</li> <li>• Bloqueo de apoyo técnico por parte de Red de Mujeres Positivas en Acción, coordinadora la Sra. Berta Chete.</li> </ul>

Fuente: propia

## 4.5 Análisis y pronóstico de la situación

Tabla 9. Interpretación interna FODA

No.	Variable	Fortalezas	Debilidades
2.	Desarrollo humano	Aceptación en público que viven con VIH y que tienen familiares que viven con el virus.	La única que acepta en público que vive con VIH, es la coordinadora. La encargada del componente de Juventudes ha sufrido de discriminación por tener familiares que viven con VIH.
2.	Comunicación	Aceptación de la importancia de la Comunicación para el Desarrollo.	Es necesaria la capacitación para el empoderamiento del de las integrantes en este tema y así puedan planificar las actividades.

Fuente : Guidel García

Tabla 10. Interpretación externa FODA

NO.	Variable	Fortaleza	Debilidad
1	Estrategia	Alianzas Estratégicas.	Necesitan una estrategia de Comunicación para el Desarrollo para fortalecer las capacitaciones y talleres.
2.	Imagen	Están capacitando a la encargada del componente de Juventudes en para vocería.	Desconoce la importancia de Comunicación para el Desarrollo.

Fuente: Propia

## **4.6 Factores influyentes: directos e indirectos**

### **Factores Directos**

**Falta de interés** del resto de las integrantes en la importancia de la Comunicación para el Desarrollo, esto debido al desconocimiento en el tema; entre las integrantes hay pedagogas, psicólogas y trabajadoras sociales y algunas no han terminado la primaria y básicos, por lo que solo dos reconocen lo importante que la comunicación interna, externa y para el desarrollo.

**Falta de empoderamiento de las integrantes de Amugen** para la aceptación en público que viven con VIH, un factor que influye en esta situación es el estigma y discriminación que sufren constantemente. Sin embargo la Licda. Iris López, indicó que ya se trabaja en esto pero es necesario fortalecer estas acciones.

**Los únicos dos canales para contactar a Amugen** son la coordinadora general, Licda. Iris López y la de monitoreo y Evaluación, Licda. Evelyn Lucas; que con regularidad se realiza a través de facebook y/o teléfonos celulares, debido a que no cuentan con recursos económicos para contratar a una secretaria que permanezca en la sede de lunes a sábado.

**La única imagen externa** de la asociación es la coordinadora; debido a que hace saber a todo el público que es una persona que vive con VIH, esto con la finalidad concientizar a las personas de lo importante que es la prevención de esta afección; por lo cual ha participado en varias campañas de prevención, como se menciona con anterioridad.

Con las otras integrantes se trabaja para la aceptación pública de ellas, que vivir con VIH, esto con el apoyo de las psicólogas externas, que brindan sus servicios gratuitos, indicó la Licda. Iris López, coordinadora de Amugen, en entrevista realizada el 20-07-2013.

Actualmente, también se está capacitando a la encargada del componente de Juventudes en vocería, esto por parte de una ONG, debido a que a este componente se le está priorizando, destaco la Licda. Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo y Evaluación, en entrevista el 20-07-2013.

### Factores Indirectos

Son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema, entre ellos se puede mencionar:**Económicos:** No cuenta con recursos económicos lo que les obstaculiza la compra de materiales educativos, así como útiles y enseres que se necesitan en una oficina.

**Sociales:** Las personas que viven y conviven con VIH sufren actos de discriminación; es por ello que la Coordinadora de Amugen apoya campañas en medios masivos en prevención de estigma y discriminación como la de Fernando Iturbide que inició el 17 de junio y finaliza 17 de julio del presente año.

“La discriminación que se observó con el lanzamiento de la Campaña de Estigma y Discriminación de Fernando Iturbide, la cual fue retirada por instrucciones del Alcalde de la Ciudad. Sin embargo gracias al apoyo de instituciones se colocó de nuevo el día martes 25 de junio de este año”, indicó la Licda. Iris López en entrevista 26-06-2013.

Imagen 12. Valla Soy profesional que aborda el tema estigma y discriminación



Fuente: Amugen

Licda. Iris López, Coordinadora de Amugen apoya la campaña de Fernando Iturbide

Fernanda Chan, encargada del componente de Juventudes, indica que “he sufrido discriminación porque mis padres viven con VIH, por cual en las capacitaciones doy mi testimonio; un ejemplo es que todas mis amigas me dejaron de hablar cuando se enteraron que mi mamá y papá tienen el virus”.

**La misoginia:** este término está formado por la raíz griega “miseo”, que significa odiar, y “gyne” cuya traducción sería mujer y se refiere al odio, rechazo, aversión y desprecio de los hombres hacia las mujeres y en general, hacia todo lo relacionado con lo femenino.

En la teoría feminista, la misoginia está reconocida como una ideología política similar al racismo, existente para justificar y reproducir la subordinación de las mujeres por los hombres.

Las integrantes de Amugen han sufrido de misoginia en varias oportunidades, esto por ser una asociación de mujeres para mujeres, expresó Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo en entrevista, 26-10-2013.

Por ello, actualmente, se está trabajando en la implementación de las nuevas masculinidades, para contribuir a eliminar con el sistema patriarcal que se tiene en este país indicó la Licda. Iris López, coordinadora de Amguen, en entrevista del 26-10-2013.

## 4.7 Árbol de Problemas

**Figura 7. Árbol del Problema**



Fuente: propia

#### 4.8 Determinación de prioridades comunicacionales y situaciones ideales

Tabla 11. Prioridades comunicacionales y situaciones ideales

<b>Prioridades comunicacionales</b>	<b>Situaciones ideales</b>
Desconocimiento en Comunicación para el desarrollo.	El 90% de las integrantes sabe que es la Comunicación para el desarrollo.
No tienen un mecanismo para dar a conocer los términos correctos de VIH.	Elaboración de juegos participativos de términos correctos del VIH.
No planifican las capacitaciones.	Planifican las capacitaciones y talleres de forma participativa.

Fuente: propia

#### 4.9 Funciones de la Comunicación para la solución de problemas

La comunicación es trascendental en las todas las actividades que se realizan; debido a que permite determinar actitudes, conocimientos, realizar consultas, establecer necesidades, formular e implementar proyectos de desarrollo para una organización.

La Organización para las Naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, [www.fao.org](http://www.fao.org)) enfatiza que una buena comunicación en todos los niveles permite reconocer los problemas más importantes y dar soluciones a estos; a través de crea un clima de identificación y participación de todos sus integrantes para poner en práctica las decisiones que se determinen en conjunto.

En Amugen, de 20 integrantes, solo dos personas reconocen la importancia de la comunicación interna, externa y para el desarrollo, es por ello que la participación, asignación y coordinación de actividades comunicacionales está concentrada en la Coordinadora General de esta asociación.

Sólo a través de la comunicación las beneficiarias de un proyecto se convertirán en protagonistas, asegurando el éxito de los programas que ejecuten o implementen a futuro.

Amugen, hasta el momento no ha despertado el interés del resto de las integrantes, para que participen en actividades externas de comunicación y de esta forma captar ayuda económica para fortalecer las acciones que realizan en los grupos de trabajo (niñas, jóvenes y mujeres) de la asociación.

Es por ello, necesaria la sensibilización y capacitación de las integrantes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva para adquirir conocimientos relacionados con la comunicación.

La comunicación es también imprescindible para mejorar la coordinación y el trabajo en equipo con el fin de gestionar programas de desarrollo y obtener apoyo institucional; así como asegurar la continuidad de los proyectos.

En Amugen, las actividades antes mencionadas están concentradas en la coordinación la Licda. Iris Isabel López Velásquez y la Licda. Evelyn Lucas.

Es necesario promover medidas que impulsen una planificación a través de una estrategia de comunicación interna de Amugen, para generar el desarrollo de esta.

El desarrollo implica cambios y nuevas formas de actuación de todas las integrantes de Amugen, como:

- El 90% de las integrantes sabe que es Comunicación y para el Desarrollo; con ello planificarán y fortalecerán a la asociación.
- Contarán juegos participativos de términos de VIH dirigido a jóvenes
- La encargada del componente de adolescente planifica las capacitaciones

## **Capítulo 5: Propuesta de Estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

### **5.1 Justificación**

La Asociación de Mujeres Gente Nueva contribuye al cumplimiento de los Objetivos del Milenio a través de las capacitaciones y talleres que brinda a la población guatemalteca que tiene como finalidad el desarrollo humano de las guatemaltecas.

Una de las recomendaciones del Consenso de Roma es que todas las organizaciones que trabajen en desarrollo debe instalen un componente de la CpD para generar la apropiación y transformación social en beneficio de los que lo necesitan.

Por ello, es importante empoderar a las integrantes del componente de juventudes de Amugen en Comunicación para el Desarrollo; ya que las juventudes son el presente y futuro del país.

Para aplicar de la CpD es necesario partir de los elementos de comunicación y para su aplicación a través de la planificación estratégica; esta facilita la participación de las personas, involucra más individuos, genera resultados, así como gestiona, revisa, adapta o crea nuevas estructuras o programas.

Es por ello, que la presente estrategia de Comunicación para el Desarrollo se basa en tres líneas de acción como se detalla en la página 70.

También detalla (Gutiérrez, 1994: p.70) “los talleres no son un fin en sí mismos, forman parte de un proceso que involucra a los participantes con lo que se abre el camino para elaborar posibles mensajes dentro de un grupo como por ejemplo: títeres, dramatizaciones, juegos y otros; así la investigación y la validación pasan a integrarse a una relación más amplia con la cultura y vida cotidiana de la gente”.

Por ello, también la validación de los productos de comunicación son una acción importante para la aplicación de la CpD, debido a que es un producto de un trabajo colectivo en la que van ofreciendo sus percepciones y desarrollando su análisis; porque se basa en lo alternativo, grupal y crítico.

## **5.2 Objetivos de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

### **5.2.1 General**

A través del Diseño participativo de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo dentro del componente de Juventudes de Amugen, iniciar espacios participativos para los jóvenes.

### **5.2.2 Específicos**

- Impulsar la planificación participativa para la apropiación de las juventudes en el tema de VIH.
- Generar espacios participativos que promuevan la reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH

## **5.3 Públicos**

Capacitadoras del componente de juventudes de Amugen

Jóvenes de 11 a 18 años de edad

## **5.4 Propuesta**

Para la implementación de la Comunicación para el Desarrollo la estrategia está dirigida al Componente de Juventudes de Amugen se basó en la siguientes líneas de acción.

### **Línea de acción No 1**

Sensibilizar en Comunicación para el Desarrollo a las integrantes del componente de juventudes de Amugen para la aplicación de CpD, esto para generar espacios de reflexión, diálogo y crítica; así como el empoderamiento las juventudes para la prevención del VIH.

### **Línea de acción No. 2**

Planificar de las capacitaciones y talleres de Amugen alrededor de la comunicación participativa para generar el involucramiento de las juventudes y crear una empatía en el tema del VIH

### **Línea de acción No. 3**

Construir un juego participativo en VIH que promueva la reflexión y debate entre las juventudes para que realicen propuestas y acciones en prevención del VIH en esta población.

### 5.3.1 Matriz de coherencia para plan de comunicación

Tabla 12. Matriz de coherencia para plan de comunicación

<b>Objetivo General</b>						
A través del Diseño participativo de la estrategia de Comunicación para el Desarrollo dentro del componente de Juventudes de Amugen e iniciar espacios participativos para los jóvenes.						
<b>Objetivos específicos</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar la planificación participativa para la apropiación de las juventudes en el tema de VIH.</li> <li>• Generar espacios participativos que promuevan la reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH</li> </ul>						
<b>Problema</b>						
Desconocimiento en Comunicación para el Desarrollo, en las integrantes del componente de juventudes de la Amugen, influye en que no planifican las capacitaciones o talleres de forma participativa, por lo cual no cuentan con juegos participativos en VIH.						
<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Interlocutores</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Medios</b>	<b>Presupuesto</b>
Sensibilizar en Comunicación para el Desarrollo a las integrantes del componente de juventudes de Amugen para la aplicación de CpD actividades.	Taller	Reflexivo	Integrantes del Componente de Juventudes de Amugen	Las integrantes de Amugen estén empoderadas de la Comunicación para el Desarrollo para su aplicación en las actividades que realizan	Taller	Q.500.00

<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Producto</b>	<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Interlocutores</b>	<b>Resultados esperados</b>	<b>Medios</b>	<b>Presupuesto</b>
Planificar las capacitaciones y talleres de Amugen alrededor de la comunicación participativa para el involucramiento de las juventudes	Guía para planificar de forma participativa las capacitaciones y talleres	Reflexivo y participativo	Integrantes del Componente de Juventudes de Amugen	A través de la planificación participativa se involucran los jóvenes	Dentro de la sede de Amugen	Q.1,000.00
Construir un juego participativo en VIH para facilitar la reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH	Juego de enseñanza reflexivo, críticos y generador de diálogo	Reflexivo y lúdico	Integrantes de Amugen y juventudes	La creación de juegos de aprendizaje para propiciar la reflexión, el diálogo, la crítica, propuestas, acciones y empatía en el tema de VIH.	Dentro y fuera de la sede de Amugen	Q.1,500.00

Fuente: propia

## 5.4.2 Plan de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo

- **Problema**

Desconocimiento en Comunicación para el Desarrollo, en las integrantes del componente de juventudes de la Amugen, influye en que no planifican las capacitaciones o talleres de forma participativa, por lo cual no cuentan con juegos participativos en VIH.

- **Objetivo de comunicación**

Sensibilizar a las integrantes de Amugen en Comunicación para el Desarrollo para que reflexionen que comunicación aplican y cuál es la ideal para alcanzar sus objetivos.

- **Actividades**

Para (Freire, 1973: p107) las capacitaciones o cualquier otro medio que se utilicen; debe estar orientado a la reflexión, para que sean ellos quienes se descubran así mismos y puedan transformar su realidad.

Es por ello, que la primera línea de acción es un taller con el objetivo de sensibilizar a las integrantes de Amugenen Comunicación para el Desarrollo, para que reflexionen y establezcan que comunicación aplican y cuál es la ideal para alcanzar sus objetivos.

### **Taller de Sensibilización en CpD**

Lugar:	Sede Amugen	Fecha:	25 de agosto del 2013
Duración:	8 horas	Capacitadora:	Claudia López

Imagen 13. Comunicación tradicional

1

### Comunicación tradicional

Para Mario Kaplún es una transmisión de mensajes unilateral de un emisor a un receptor a través de un canal determinado.

Esta comunicación busca utilizar los mensajes y sus medios como herramientas para sostener un sistema consumista, utilitario e individualista.

Este se basa en el cambio de comportamiento a través de la persuasión.



A cartoon illustration showing a woman with curly hair and a patterned top talking to a man. The man is holding a bottle of shampoo. A speech bubble from the woman says, "A usted, le conviene usar un buen champú...".

Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 14. Funciones del emisor y receptor

2

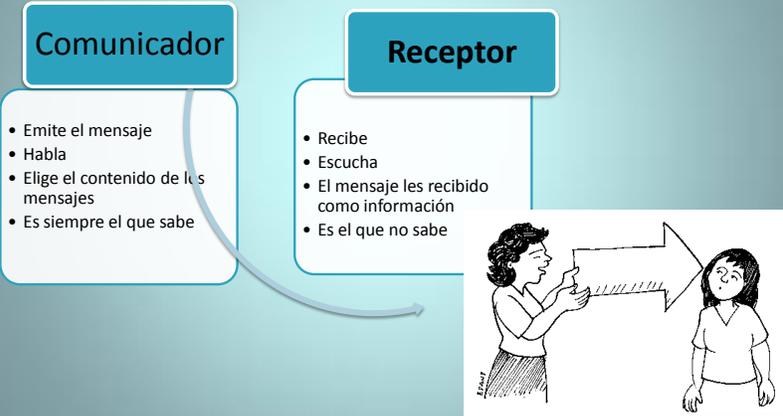
### Funciones del emisor y receptor

**Comunicador**

- Emite el mensaje
- Habla
- Elige el contenido de los mensajes
- Es siempre el que sabe

**Receptor**

- Recibe
- Escucha
- El mensaje les recibido como información
- Es el que no sabe



A diagram illustrating the communication process. On the left, a box labeled 'Comunicador' lists functions: 'Emite el mensaje', 'Habla', 'Elige el contenido de los mensajes', and 'Es siempre el que sabe'. On the right, a box labeled 'Receptor' lists functions: 'Recibe', 'Escucha', 'El mensaje les recibido como información', and 'Es el que no sabe'. A large arrow points from the Communicator box to the Receptor box. Below the boxes is a cartoon illustration of a woman pointing towards a man who looks confused.

Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 15. Otros elementos del proceso de la comunicación

3

### Otros elementos del proceso de la Comunicación

**Canal:** es el medio y/o vehículo a través del cual se comunica el mensaje enviado por el emisor

**Código:** se compone por un sistema de signos reglas que utilizamos para transmitir mensajes

**Contexto:** Lugar y/o espacio en que se desarrolla el proceso comunicacional

**Retroalimentación:**  
La respuesta del receptor



Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 16. Información y Comunicación

4

### Información y Comunicación

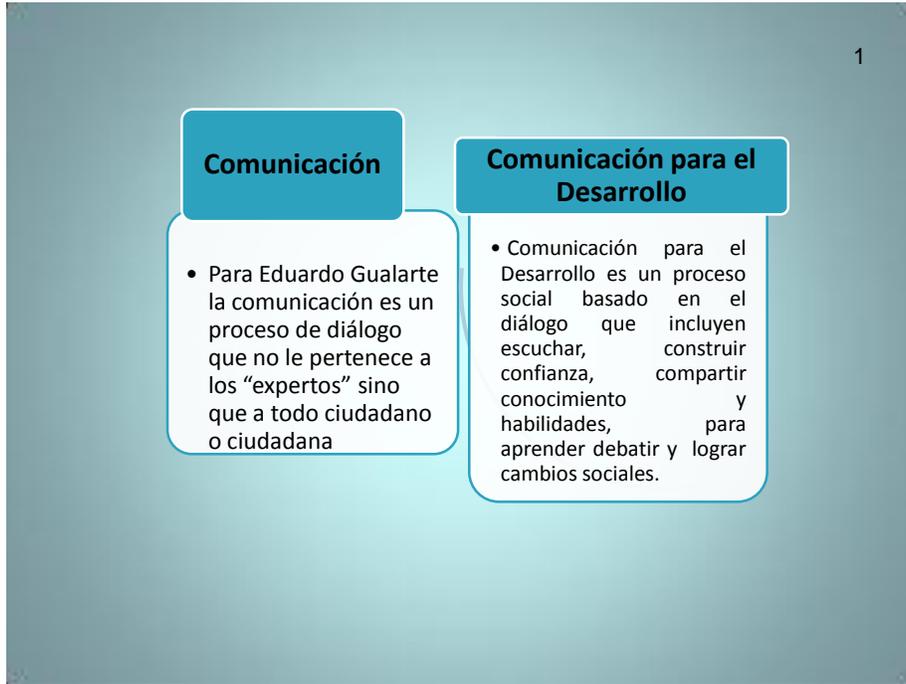
Mario Kaplún hace una división entre información y comunicación: la primera se refiere al sistema de transmisión de mensajes y la segunda al proceso de diálogo.



Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 17. Comunicación y Comunicación para el Desarrollo



Fuente: propia

Imagen 18. Emisor y receptor en CpD



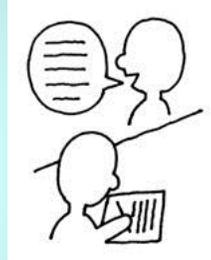
Fuente: propia

Imagen 19. El Mensaje

3

### El mensaje

Es lo que el emisor estructura; es lo que dicen de un hecho y llega a los sentidos del receptor. Hablamos de los sentidos, pues los mensajes no solamente son hablados, también percibimos mensajes con la vista, con el olfato, con el tacto.

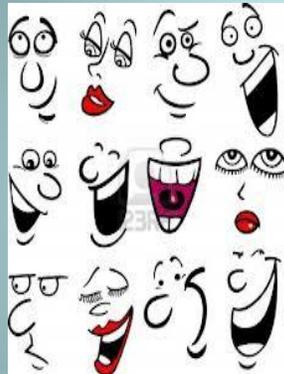


Fuente: propia

Imagen 20. Los códigos

4

### Códigos



Son los idiomas escritos o hablados. Hay otros códigos que son también importantes como: el lenguaje de los gestos, ¿qué nos dice ver a una persona riendo?, ¿qué nos dice ver a alguien llorando?; el de los colores ¿acaso el color negro no nos indica luto?

Fuente: propia

Imagen 21. Medios o Recursos

5

### Medios o recursos

Hay una riqueza de medios y recursos para la comunicación. En muchas comunidades, los medios efectivos de comunicación no son, a veces, ni la radio ni la televisión, lo son, los líderes comunitarios: los maestros, los presidentes de comités, los alcaldes auxiliares, los párrocos, los pastores, los Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES)... en fin, toda aquella gente que tiene relación con la demás gente.

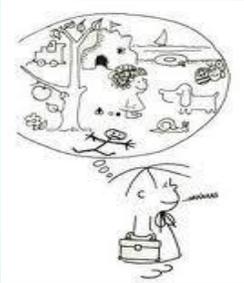
Fuente: propia

Imagen 22. Referente

6

### Referente

Son los puntos de vista o versiones que acerca del tema que plantean tanto emisores/as como perceptores/as, lo cual está condicionado por factores como la edad, etnia, género, escolaridad, experiencia vivida, etc.



Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Imagen 23. Marco de Referencia

7

### Marco de Referencia

El contexto real donde ocurre el proceso de comunicación (político, económico, cultural, social, etc.).  
Un mensaje tiene riqueza cuando toma en cuenta lo que conoce y valora por el perceptor.

Fuente: propia

Imagen 24. El proceso de Comunicación para el Desarrollo

8

### El proceso de la Comunicación para el Desarrollo

EMISORA

MENSAJE: Esta comunidad tiene muchos árboles, por eso, hay que cuidarlos...

CÓDIGO

REFERENTE

PERCEPTORA

MEDIO O RECURSO

MARCO DE REFERENCIA

Fuente: Eduardo Gularte Consenza

Fuente: propia

Tabla 13. Metodología del taller de sensibilización a integrantes de Amugen

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
<b>30 Minutos</b>	Comunicación tradicional y proceso de comunicación.	Presentación Power Point de Comunicación. Cada diapositiva es leída por las integrantes de Amugen brindaron un ejemplo.	<p>Fernanda Chang, educadora Juventudes, indicó que la comunicación tradicional es la que realizan los padres con sus hijos, porque muchas veces solo dicen que deben hacer, pero no los escuchan.</p> <p>Evelyn Lucas, coordinadora de Monitoreo y Evaluación indicó que un ejemplo de esta comunicación son las Campañas de Prevención como “Hazte la Prueba de VIH”.</p> <p>Fernanda Chang, educadora juventudes indicó que también está la campaña de Estigma y Discriminación de Fernando Iturbide.</p>
<b>30 Minutos</b>	Comunicación para el desarrollo.	Tarjetas media carta con contenido que es Comunicación para el Desarrollo, esta fue leída y explicadas por cada integrante de Amugen, se generó el diálogo	Patricia López, educadora, indicó las campañas de publicidad que promocionan productos para bajar de peso.

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
<b>30 Minutos</b>	Proceso de la Comunicación para el desarrollo.	Tarjetas media cada con contenido: Cuales son los elementos de la Comunicación para el Desarrollo; cada una de las integrantes leyó y represento un elemento de la comunicación.	<p>Margarita Ortíz, educadora indicó que un ejemplo es cuando el Dr. Herrarte debatió a un expositor en variables de VIH.</p> <p>Noelia Lemus, educadora juventudes, señaló que un código es el color rojo que representa el VIH.</p> <p>Iris López, coordinadora, explicó que un medio o recurso en su pueblo era que un señor con un tambor se colocaba en el parque a informar las decisiones de la Municipalidad.</p>
<b>15 Minutos</b>	Trabajo de grupos de 5 personas para establecer que comunicación aplican y cuál utilizarán en las capacitaciones.	Escriben en papelógrafos y exposición por integrantes de Amugen.	Determinaron que utilizan la comunicación tradicional y la participativa; porque en algunas capacitaciones únicamente realizan una presentación power point y resaltó que tienen participativas como Caminando en tus zapatos.
<b>Producto: Reflexionen y determinen como quieren seguir trabajando</b>			

Fuente: propia

Imagen 25. Taller en CpD a integrantes de Amugen



Fuente: propia      Licda. Iris López, Fernanda Chan y Gabriel Chan en taller de Comunicación para el Desarrollo

Para la aplicación de Comunicación para el Desarrollo es necesaria la planificación estratégica, ya que esta genera el involucramiento de todas(os) los actores; así como cuestiona, revisa y adapta estructuras, programas, sistemas y objetivos generando resultados; por ello esta es la segunda línea de acción que tiene como objetivo que las integrantes de Amugen elaboren una guía para planificar las actividades de forma participativa.

Para (Freire, 1973, p.77) en su libro Extensión o Comunicación detalla “conocer no es el acto, a través del cual un sujeto recibe dócil y pasivamente los contenidos que otro le da o le impone”.

## Contenido para elaboración Planificación estratégica en CpD

Imagen 26. La planificación estratégica en la comunicación

1

### La planificación estratégica en la comunicación

Es el resultado de pensar las acciones que vamos a ejecutar en cada una de las fases del proceso comunicativo.



Con información de power point  
De Lic. Héctor Salvatierra del curso  
Planificación de las Comunicaciones

Fuente: propia

Imagen 27. Etapas de la planificación estratégica

2

### Etapas de la planificación estratégica Análisis de receptores

- ¿Analizamos a la población que capacitaremos? ¿Quiénes son? ¿Qué saben del tema que se tratará? . Esto se asegura el entendimiento del mensaje



Fuente: propia

Imagen 28. La selección del tema

3

## La selección del tema

- ¿Conocemos el tema? ¿Preparamos el contenido?
- La elegimos con base a estadísticas, situación de violencia u opiniones de VIH de las usuarias. En otras palabras, corresponde al referente y marco referencial.



El diagrama muestra un círculo naranja con cinco segmentos. Desde el top hasta el bottom: 'Servicio educativo' con un icono de un aula; 'Familia' con un icono de una familia; 'Comunidad' con un icono de un grupo de personas; 'Profesionales' con un icono de personas en un escritorio; y un segmento central con una foto de una mujer.

Fuente: propia

Imagen 29 ¿Dónde se realizará la capacitación o taller

4

## Dónde se realizará la capacitación o el taller?

- Un jardín, un parque, un o salón de reuniones, da la pauta para planear el comportamiento y la voz más adecuada del expositor.
- También el lugar determina el tipo de materiales a utilizar



La fotografía muestra un salón de reuniones con sillas azules, una pizarra y una pantalla de proyección.

Fuente: propia

Imagen 30. El tiempo

6

## ¿Tiempo?

¿Cuánto tiempo tenemos asignado? De esto depende que profundicemos en los temas.



Fuente: propia

Imagen 31. ¿Cómo lo vamos hacer?

5

## ¿Cómo lo vamos hacer?

Se utilizará una power point, rótulos, cortometraje o trabajo en grupos.



Fuente: propia

Tabla 14. Metodología para elaboración de guía de planificación estratégica en Comunicación para el Desarrollo

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
<p><b>30 Minutos</b></p>	<p>La planificación estratégica y pasos en Comunicación para el Desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada integrante indicó que es para ellas la planificación en la comunicación.</li> <li>• Capacitadora explicó y generó el diálogo qué es la planificación y sus pasos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amalia López indicó que para ella planificar era hacer una agenda de una actividad.</li> <li>• Licda. Iris López, criticó la guía de los jóvenes debido a que le faltó la hora de inicio de la actividad.</li> <li>• Las integrantes expusieron que la guía solo debe llevar los pasos a seguir y una gráfica por cada elemento.</li> <li>• Gabriel Chan, colaborador de Amugen expresó que el lugar de realizar tanta dinámica, elaboren un juego de conocimientos que los prepare antes de tratar la temática de VIH</li> <li>• Ramona Guzmán, le indicó que las dinámicas son para no se aburran los jóvenes.</li> <li>• Fernanda Chan aseguró que ya tenían un juego de aprendizaje</li> </ul>
<p><b>30 Minutos</b></p>	<p>Ejercicio para planificar las actividades desde la CpD</p>	<p>Se trabajó en grupo de cinco personas para planificar un taller e indicar como debería ser la guía de planificación</p>	<p>Algunos detalles que establecidos por mujeres de Amugen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta debe ser como el moño del VIH</li> <li>• Los colores: rojo, azul , rosado, lila muy claro</li> <li>• Que el moño sea como un afiche</li> </ul>

Tiempo	Tema	Metodología	Ejemplos por integrantes de Amugen
15 Minutos	Exposición para establecer guía de planificación	Dos representantes de cada realizaron la exposición.	Establecieron que la guía fuese en un moño del VIH, el fondo el color de la presentación de Amugen expresó Fernanda Chan

Fuente: propia

Imagen 32. Ejercicio de planificación de un taller y realización de guía



Fuente: propia Fernanda Chan y Susana Cuxil del Cid, exponiendo los pasos para planificar de forma participativa

Imagen 33. Afiche de guía de planificación en Comunicación para el Desarrollo



Fuente: propia

Como resultado de la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo a través de la planificación estratégica que promueve la participación de los interlocutores y como parte de la tercera línea de acción y con el objetivo de construir un juego participativo de VIH y validación de este, para facilitar la participación, reflexión, crítica y propuestas para la prevención del virus.

Para (Gutiérrez y Prieto, 1994: p.69) detalla que la mediación pedagógica basa su labor en la preparación de materiales en la que los interlocutores son quienes crean los mensajes, evalúan y validan los mismos con el objetivo de llevar material atractivo, dinámico como juegos, dramatizaciones o títeres.

### **Contenido para creación y validación de juego de términos en VIH**

Imagen 34. ¿Qué es validar?

1

## **¿Qué es validar?**

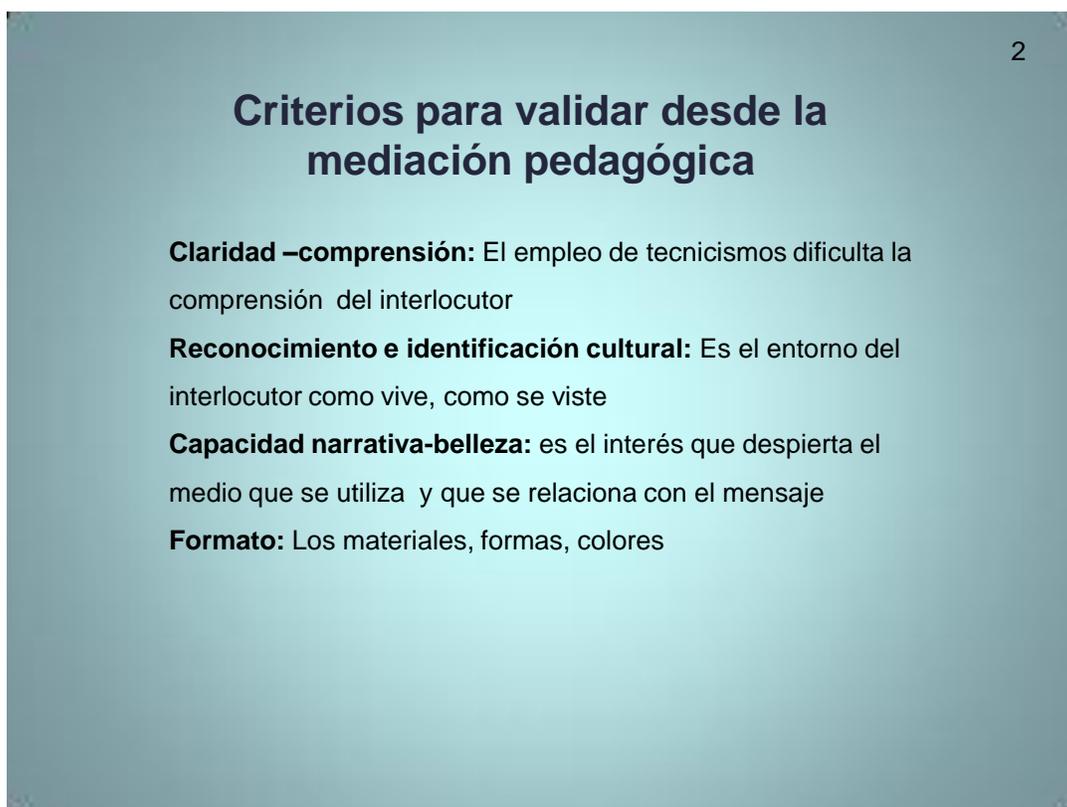
Para Gutiérrez y Prieto es la prueba de los materiales con un grupo de personas, antes de su difusión de los materiales educativos

### **¿Por qué es importante validar?**

- Si aplicamos la CpD debe ser participativa no impositiva  
un ejemplo: El joven que da su testimonio en el corto metraje Pasión por la Vida que indica “lo único que sabía del VIH era por las campañas”
- Los interlocutores también pueden aportar ya que son perceptores, reflexivos y críticos que pueden realizar acciones su desarrollo

Fuente: propia

Imagen 35. Criterios para validar desde la mediación pedagógica



Fuente: propia

Tabla 15 .Crear y validar juego de Pelota

Tiempo	Tema	Metodología
<b>30 Minutos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qué es la validación</li> <li>• Por qué es importante validar</li> <li>• Criterios para validar</li> </ul>	<p>Esta actividad inició con preguntas a las integrantes de qué es para ellas Validar, es importante; si o no y por qué?.</p>
<b>30 Minutos</b>	<p>Crear del Juego de Pelota</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está la presentó la encargada del componente de juventudes, quien estableció las reglas del juego.</li> <li>• Explicará las reglas del juego, las cuales son las siguientes:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las y los participantes deben pasar la pelota, mientras la educadora emitirá un sonido con un marcador en el pizarrón.</li> <li>2. Cuando deje de escucharse, la persona que tenga la pelota deberá seleccionar y leer un mensaje e indicar si el mensaje es falso o verdadero y por qué?</li> <li>3. Las y los compañeros serán quienes indiquen si es adecuado o no la respuesta de la persona que leyó el mensaje Quién no de una respuesta o lea un mensaje que ya ha sido leído realizará una penitencia que establecerá el grupo.</li> </ol> </li> </ul>

Tiempo	Tema	Metodología
<b>30 Minutos</b>	Validación del juego de la pelota por las integrantes de Amugen	La capacitadora explicó y presentó una guía de validación que resolvieron las sociales de Amguen. En grupos de 5 resolvieron la guía de validación Al finalizar ser realizó una exposición por grupos para establecer, material y tamaño de la pelota entre otros.
<b>Producto: Juego Shute pelota</b>		

Fuente: propia

**Imagen 36. Creación del juego de términos de VIH**



Fuente: propia Elaboración del juego por Fernanda Chan

- **Resultados esperados**

- Las integrantes de Amugen estén empoderadas de la Comunicación para el Desarrollo para aplicarla en las actividades que realizan con lo cual se logrará la apertura de espacios para que los jóvenes participen, reflexione y puedan debatir.
- A través de la planificación participativa se involucren los jóvenes para generar la apropiación del tema del VIH
- La creación de juegos de aprendizaje para propiciar la reflexión, el diálogo, la crítica, propuestas, acciones y empatía en el tema de VIH.

- **Presupuesto**

Tabla 16. Presupuesto de actividades

<b>Actividad</b>	<b>Materiales y refacción</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Honorarios Profesionales</b>
Capacitación Sensibilización en Comunicación para el Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcadores, crayones, impresiones, papel construcción</li> <li>• Refacción para 15 personas</li> </ul>	Q.500.00	Q.5,000.00
La planificación estratégica para la aplicación de la Comunicación para el Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcadores, crayones, impresiones, papel construcción.</li> <li>• Diseño e impresión de afiche.</li> <li>• Almuerzo para 15 personas</li> </ul>	Q.1,000.00	Q.5,000.00
Presentación y validación de la Pelota Caliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcadores, crayones, impresiones, papel construcción.</li> <li>• Compra de pelota y grabado de mensajes.</li> <li>• Refacción para 15 personas</li> </ul>	Q,1,500.00	Q.5,000.00
<b>Total presupuesto</b>		Q3,000.00	Q.15,000.00

Fuente: propia

### 5.4.3 Validación de la propuesta

Para la validación de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo dirigida al componente de Juventudes de Amugen; el 18 de agosto se presentó a 13 integrantes de la asociación el diagnóstico y análisis de la CpD.

Se les presentó una guía para validar los contenidos que se desarrollarían de acuerdo a la estrategia de comunicación.

El 100% respondió estar de acuerdo con los contenidos y productos de la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo para el Componente de Juventudes de Amugen.

### 5.4.4 Cronograma de la implementación de la propuesta

Tabla 17. Cronograma de Actividades

	Agosto				Septiembre			
Actividad por semana	5 al 10	12 al 17	19 al 24	26 al 31	2 al 7	9 al 15	16 al 21	24 al 28
Elaboración de estrategia	x	X	x					
Implementación estrategia				x	x	x		
Taller en CpD								
Validación de los Materiales							x	
Monitoreo y evaluación							x	x

Fuente: propia

#### **5.4.5 Plan de monitoreo y evaluación**

##### **La metodología de Monitoreo del Cambio Más Significativo -CMS-**

El Cambio Más Significativo –CMS- detalla (Gularte, 2013: p.79) “no utiliza indicadores predefinidos, sobre todo medibles y cuantificables como lo emplean las metodologías de comunicación basadas en Cambio de Comportamiento.

El CMS reconoce que los cambios se manifiestan con frecuencia en “forma de historias: quién, qué, cuándo y dónde, planteando las razones de por qué se consideran estas historias importantes.

De acuerdo con (Gularte, 2013: p. 80) los pasos del CMS son:

##### **1. Despertar el interés de usar el CMS**

En cada una de ellas se narran historias que corresponderá a registrar los cambios que han realizado.

##### **2. Definir los dominios del campo**

Es establecer los cambios en la calidad de vida de la gente, cambios en la naturaleza de la participación de la gente en actividades de desarrollo, cambios en la sustentabilidad de las organizaciones, de las personas y de las actividades, o cualquier otro cambio.

##### **3. Definir el periodo de reporte**

Este lo establece según sus prioridades

##### **4. Recoger las historias de cambios**

En esta parte se aplican preguntas generadoras y se establece la técnica de entrevista.

##### **5. Seleccionar la historia más importante**

Para ello hay que analizar las historias y jerarquizar

##### **6. Análisis secundario y monitoreo**

Para esta actividad (Gularte, 2013: p.80) recomienda: Una hoja de cálculo, colocando en cada columna información como la siguiente: número de serie para cada historia, título de la historia, fecha en que se recogió, nombre de quien documentó la historia, etc.

A continuación se presenta la siguiente guía para establecer el Cambio Más Significativo.

### El Cambio Más Significativo

Fecha: Guatemala 25 de septiembre del 2013

Tabla 18. El Cambio Más Significativo

No.	Nombre y apellido	Sexo	Edad	Campo o dominio	Título	Historia
1	Yasmina María Fernanda Chang, encargada del componente de Juventudes de Amugen	Femenino	18	Cambios en la ejecución de actividades	He mejorado	<p>“He mejorado y aprendí a escuchar a todos los participantes y con tiempo realizo la agenda, ya no tengo tanto estrés como antes; por lo que seguiré trabajando de esta forma”.</p> <p>Fernanda Chan, encargada de Componente de Juventudes de Amugen</p>  <p>Fuente: Fernanda Chan</p>

Fuente: propia

También, se realizó un cuestionario para evaluar el taller, este se realizó con 13 integrantes de Amugen, el 21 de septiembre. El 100% respondió que aplicará la comunicación para el Desarrollo; así como que adquirió conocimientos del tema. El cuestionario se ubica en el anexo 6.

Tabla 19. Respuestas de las 10 preguntas para evaluar el taller

No. De pregunta	Si	No	%
1	X		100
2	X		100
3	X		100
4	X		100
6	X		100
7	X		100
8	X		100
9	X		100
10	x		

Fuente: propia

## Capítulo 6: Resultados

### 6.1 Validación

Para validar la estrategia se realizó una guía de observación que se aplicó en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



Tabla 20. Guía de validación que se utilizó en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes Salud Sexual y Reproductiva

No.	Actividad	Lo aplicó		% de aplicación	Que faltó en la planificación
		Si	No		
1	Planificó la actividad	X		90%	Descargar los corto metrajes
2	Desarrollo toda la agenda	X		100%	-----
3	Respeto la agenda	X		100%	
4	Respeto el horario	X		100%	_____
5	Se cumplió el objetivo de la agenda	X			
6	Aplicó el juego	X		100%	
7	Validó el juego	X		100%	
8	Evaluó el taller	X		50%	Lo realizó cualitativo
9	Se visibilizó más la participación de los jóvenes que la capacitadora	X		100%	
10	Generó participación e involucramiento de las juventudes	X		100%	

Fuente: propia

## 6.2 Implementación

Esta se inició a implementar desde el 18 de agosto en los talleres en los que participó Amugen como “Una voz contra el VIH” organizado el 5, 6 y 7 de septiembre en Quetzaltenango, para lo cual Fernanda Chan realizó la siguiente agenda de trabajo, en la que ya se planifica de forma participativa como trabajos grupales y la mesa de diálogo y juegos participativos.

Imagen 37. Agenda encuentro de jóvenes “Una voz contra el VIH”



*Si eres mujer que vive o convive con VIH, víctima o sobreviviente de violencia intra familiar o sexual, estamos para apoyarte.*

TALLER CROWD OUT AIDS		FECHA: 6, 7 Y 8 DE SEPTIEMBRE DEL 2013		XELA
No.	TEMA	MATERIAL	TIEMPO	
1	presentación con dinámica	Lazo	15 min.	
2	Estigma y discriminación	cortometraje	30 min.	
3	Preguntas en general y participación		10 min.	
4	Trabajo gupal	papelografos y marcadores	15 min.	
5	Exposición grupal		10 min.	
6	cierre: metodología	caja y papeles	10 min.	
			Total	1:30 hrs.

Fuente :Amugen

También se aplicó la CpD en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva, organizada por Amugen y financiada por cooperantes internacionales como CHANGE, esta realizó en la ciudad de Guatemala, el 22, 23 y 24 de septiembre, por lo cual se detalla a continuación la agenda que desarrollo la encargada del Componente de Juventudes de la Asociación en el tema de VIH.

## Imagen 38. Agenda de Primera Cumbre Nacional de Juventudes



### Primera Cumbre de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva

**Objetivo:** Sensibilizar para la toma de decisiones en prevención del VIH

**Tiempo asignado:** Una hora

No.	Tema	Tiempo
1	Presentación de las y los participantes	5 minutos
2	Juego de pelota	15 minutos
3	Guía de pelota <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Le gusto el juego?</li> <li>✓ ¿Comprendió el juego?</li> <li>✓ ¿Si usted tendría que cambiar algo del juego que le cambiaría?</li> <li>✓ ¿Indique tres cosas que aprendió en el juego?</li> <li>✓ ¿Qué otro juego le gustaría que se implementará?</li> </ul>	5 minutos
4	Situación del VIH	10
5	Corto metraje 90 días con VIH	1 minuto
6	Corto metraje Pasión por la Vida: Vivir con VIH . Educación –canal encuentro	2.36 minutos
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesas de diálogo</li> <li>✓ Preguntas generadoras</li> <li>✓ ¿Cómo está la situación en nuestra comunidad sobre el VIH?</li> <li>✓ ¿Qué proponemos como jóvenes para cambiar el estigma y la discriminación por VIH?</li> <li>✓ ¿Qué proponemos para prevenir el VIH?</li> </ul>	20 minutos
8	Cierre/Total de tiempo	60 Minutos

Fuente: Amugen

- **Control del tiempo:** para cada tema que se desarrolló en la Primera Cumbre Nacional de SS y R, se estableció tiempos, lo cuales se cumplieron a cabalidad, esto gracias al apoyo de la co-facilitadora que colaboró con el control del tiempo.

Imagen 39. Control de tiempo por co- facilitadora en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes



Fuente: propia Control del tiempo por facilitadora en Primera Cumbre de Salud Sexual y Reproductiva

- **Generó el diálogo y reflexión en las y los participantes**, un ejemplo es la intervención de Everson Carranza de Izabal; les indicó a los participantes que debían establecer la diferencia entre la palabra contagio y transmisión; esto sin haber llegado a leer la interrogantes de la pelota “El VIH se contagio o transmite”.

Otro ejemplo es el la joven Johana Aguilar, de Go-Joven, indicó que el Gobierno está impulsando la palabra VIH avanzado con el fin de evadir la responsabilidad de asegurar los medicamentos antirretrovirales a las personas que viven con el virus.

Tracy Saravia de Jalapa, afirmó “que el componente de Juventudes de Amugen generó un espacio de diálogo y debate para los jóvenes que participaron en la Primera Cumbre Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.

Imagen 40. Juego de la pelota en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes



Fuente: propia. Everson Carranza es el quinto de lado izquierdo

Imagen 41. Explicación del término VIH avanzado por participantes



Fuente: propia Johana Aguilar, primera de lado derecho, expuso el por qué del término VIH avanzado

- **Se validó el juego de la pelota** durante la Primera Cumbre Nacional de Juventudes.

Imagen 42. Implementación y validación del juego de la pelota



Fuente: propia Fernanda Chan y una participante jugando la Shute Peltoa

Imagen 43. En el juego de pelota facilitadora disminuyó su participación



Fuente: propia Jóvenes jugando la Shute Peloa

### 6.3 Resultados Obtenidos

- **Aplicaron la Comunicación para el Desarrollo a través de la planificación de forma participativa:** Uno de los primeros resultados es que la encargada del componente de juventudes ya planifica sus actividades de forma participativa; por lo cual aplicó juegos participativos como la Shute Pelota y la mesa de diálogo en la que las y los participantes realizaron sus propuestas para prevenir el VIH, por lo cual establecieron que es importante que el gobierno trabaje en promoción y en brindar una atención adecuada.

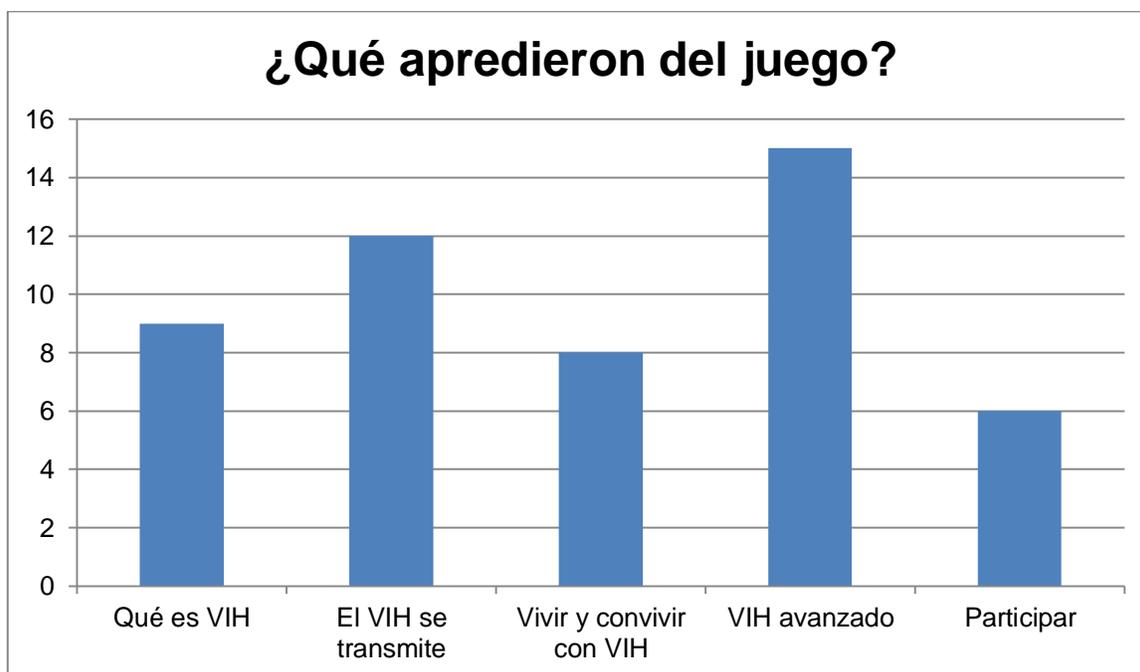
Imagen 44. Jóvenes realizando propuestas en VIH



Fuente: propia Jóvenes realizando propuestas para la prevención del VIH, estigma y discriminación, durante la Primera Cumbre de Salud Sexual y Reproductiva

- **Aplicación y validación del juego de aprendizaje:** El juego Shute pelota fue validado por 50 jóvenes que participaron en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes de Salud Sexual y Reproductiva.  
Los resultados de la validación son los siguientes:

Gráfica 6. ¿Qué aprendieron del juego?



Fuente: propia

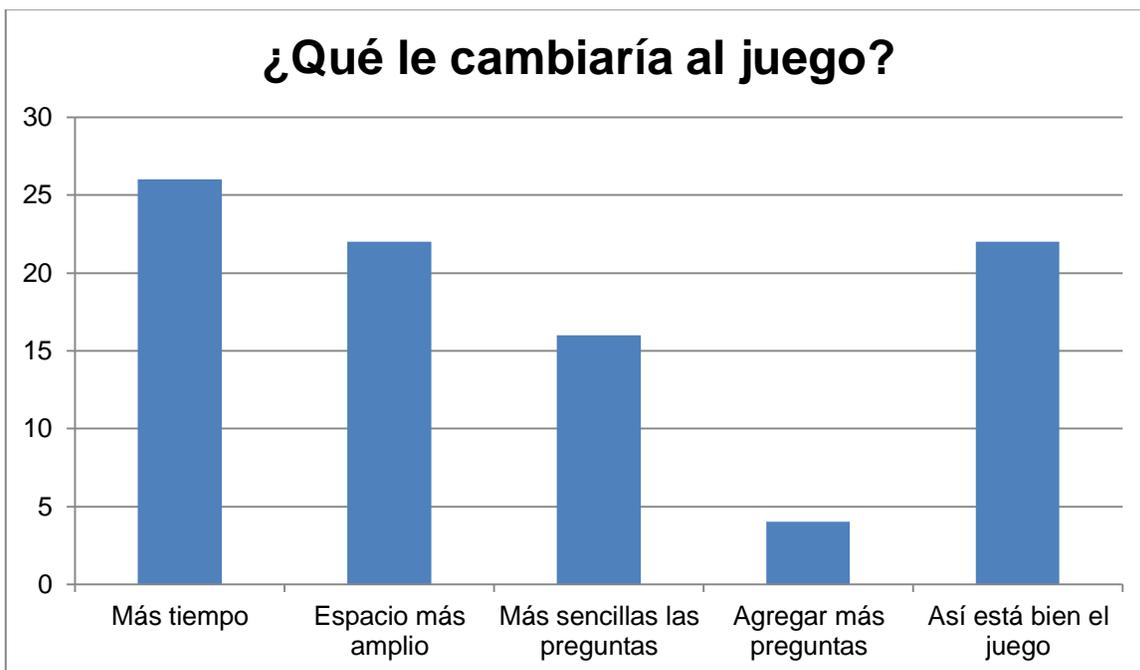
Tabla 21. Respuestas a la pregunta ¿Qué aprendió? por jóvenes que participaron en Cumbre

Qué aprendieron	Cuantos	%
Qué es el VIH	9	15
El VIH se transmite	12	20
Vivir y convivir con VIH	8	16
Porque del término VIH avanzado	15	24
Participación, escuchar, respeto debate, comunicación y retroalimentación	6	12

Fuente: propia

A la pregunta ¿le gustó el juego de la Shute Pelota? el 90% respondió que sí, y el 10% indicó que era calidad.

Gráfica 7. Pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre



Fuente: propia

Tabla 22. Respuestas a la pregunta ¿Qué le cambiaría al juego? por jóvenes que participaron en la Primera Cumbre

Respuesta	Cuantos	%
Más tiempo para jugar	16	26
Espacio más amplio	11	22
Más sencillas las preguntas	8	16
Agregar más preguntas	2	4
Así está bien el juego	13	22

Fuente: propia

- **Creación de Juego la Caja Caliente** es de mitos y realidades del VIH. La caja de las sorpresas le llamaron los jóvenes. Esto según resultados de la validación que realizó la Encargada del componente de juventudes de Amugen.

Imagen 45. Juego de la Caja Caliente en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes de Salud Sexual y Reproductiva



Fuente: propia

- **Sistematizó los juegos** de aprendizaje para la aplicación de estos en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes.

Imagen 46. Sistematización del Juego de la Pelota



Metodología



#### Juego Shute Pelota (Voladora)

Objetivo: Reflexivo para que las y los participantes establezcan el por qué de los términos del VIH

1	¿Con cuál de las pelotas quieren jugar?
2	<p><b>Reglas del Juego</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que las y los participantes boleen la pelota. Cuando uno de las y los participantes la deje caer, debe leer una frase que está en la pelota (El que repita una frase que ya ha sido leída, le toca penitencia)</li> <li>• Deben establecer si es correcta o incorrecta la frase y por qué?</li> <li>• La ó el participante que no tiene conocimiento de la frase, puede recibir apoyo del resto de las y los participantes</li> </ul>

Términos de la Shute Pelota (Voladora)	
✓	¿El VIH es el virus de inmunodeficiencia humana?
✓	¿El VIH no tiene cura pero se trata con antirretrovirales?
✓	¿Los antirretrovirales no permiten que el virus se desarrolle?
✓	¿El VIH se adquiere a través de relaciones sexo genitales sin protección?
✓	¿Las personas que conviven con VIH, son las que tienen un familiar o un amigo que vive con el Virus?
✓	¿Las personas con VIH son portadoras del virus?
✓	¿El sida es el síndrome de inmunodeficiencia adquirida?
✓	¿El VIH provoca el sida?
✓	¿El sida es un síndrome de infecciones y enfermedades oportunistas como la tuberculosis?
✓	¿Las personas son portadoras o viven con el VIH?
✓	¿El VIH se contagia por un beso?

Fuente: Amugen

## Imagen 47. Sistematización de Caja Caliente



### Juego “La Caja Caliente”

Objetivo: Que las y los participantes establezcan las realidades del VIH

#### Reglas del juego

Consiste en:

- La facilitadora tiene que tocar la pared por un corto tiempo
- Cuando la facilitadora deja de tocar la pared, el participante que tenga la caja, tiene que abrirla y agarrar un papel
- El o la participante debe leer el papel, explicar si es un mito o una realidad y por qué
- Si el o la participante no responde, los otros podrán ayudarle
- De nuevo inicia la facilitadora a tocar la pared y continúa con el juego

#### Mitos y Realidades

- ✓ El VIH es el virus de inmunodeficiencia humana
- ✓ El VIH se adquiere por un beso
- ✓ El VIH se contagia por un abrazo
- ✓ Sida es el síndrome de inmunodeficiencia humana
- ✓ Sida es el síndrome de inmunodeficiencia adquirida
- ✓ El VIH se adquiere a través de relaciones sexo genitales sin protección
- ✓ El VIH se contagia por un piquete de mosquito
- ✓ El VIH no tiene cura pero se trata con antirretrovirales
- ✓ Los antirretrovirales no permiten que el virus se desarrolle
- ✓ El VIH provoca el sida
- ✓ El VIH es una enfermedad mortal o crónica

Fuente: Amugen

#### **6.4 Resultado futuros**

- Se espera que continúen aplicando la Comunicación para el Desarrollo a través de los elementos del proceso de comunicación, la planificación estratégica para el involucramiento de las y los jóvenes.
- Continúen con la validación de los materiales para hacer partícipes y tomadores de decisiones a las juventudes que son el futuro de este país.
- Asimismo, que elaboren otros juegos que propicien espacios de reflexión y diálogo para los jóvenes; esta es una herramienta valiosa para la empatía de las juventudes con el VIH.
- Constantemente sistematicen las actividades que realizan en beneficio de las y los jóvenes.

## **Conclusiones**

1. Se diseñó participativamente e implementó la estrategia de Comunicación para el Componente de Juventudes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva.
2. Se planificó de forma participativa con los jóvenes debido a que se trabajó en mesas de diálogo, en la cual las y los participantes realizaron propuestas para prevenir el VIH a las autoridades de Gobierno, durante la Primera Cumbre Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.
3. El componente de Juventudes de Amugen, creó espacios participativos, reflexivos, críticos y propuestas para la prevención del VIH, a través del juego Shute Pelota en la Primera Cumbre Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.

## **Recomendaciones**

Las siguientes recomendaciones son para las integrantes de componente de Juventudes de la Asociación de Mujeres Gente Nueva.

Continúen:

1. Implementación la Comunicación para el Desarrollo, con lo cual se crearán espacios participativos para los jóvenes guatemaltecos.
2. Planificación de forma participativa para la apropiación de las juventudes del tema del VIH.
3. Creación de otros juegos para promover la participación, reflexión, crítica y propuestas para la prevención del VIH.

Las siguientes recomendaciones son para el Director del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos.

- Supervisar a la catedrática encargada del Ejercicio Profesional Supervisado de Publicidad así como a las y los estudiantes. Esto para no impongan productos de comunicación como sucedió con el banner, trifoliar y eslogan de la Asociación de Mujeres Gente Nueva.

## Referencias Bibliográficas

1. Barrios Mérida, Mabel Nineth. 2012. Estrategia de Comunicación organizacional interna y externa para el Colegio de Estomatológico de Guatemala. Tesis en Maestría en Comunicación Organizacional. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 177 p.
2. Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo. (5, 2006. Italia). Consenso de Roma un baluarte fundamental para el Desarrollo y Cambio Social. Roma
3. Freire, Paulo, 1973. ¿Extensión o Comunicación?.1ª.Colombia. Ediciones Siglo Veintiuno 108 p
4. \_\_\_\_\_. 1969. La educación como práctica de libertad. España. Editores. Madrid Siglo Veintiuno. 150 p
5. \_\_\_\_\_. 1997. Pedagogía del Oprimido. Colombia. Editorial América Latina. 232 p
6. García González, Jorge Gerardo. 2011. Estrategia de Comunicación de la Oficina Municipal de la Mujer de San Juan Sacatepéquez para la Gestión de Políticas de Desarrollo y Equidad.Tesis en Maestría en Comunicación para el Desarrollo. .Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 118 p
7. Gudiel García. Estrategia de Comunicación Organizacional para La Coordinadora General de Planificación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis en Maestría en Comunicación Organizacional. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela Ciencias de la Comunicación. Departamento de Posgrado. 145 p
8. Gularte, Eduardo. 2008. Otra comunicación para otro desarrollo. Guatemala. 53 p

9. \_\_\_\_\_ 2013. Programa Formativo de Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Módulo 3 Diagnóstico y planificación de la Comunicación para el Desarrollo. Guatemala. 30 p
10. \_\_\_\_\_2013. Programa Formativo de Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Módulo 5 Monitoreo y Evaluación Participativa de la Comunicación Participativa. Guatemala. 36 p
11. Gutiérrez, Francisco y Daniel Prieto. 1994. Mediación Pedagógica para la Educación Popular. Costa Rica. Colección RNTC.179 p
12. Kaplún, Mario. 2002. Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular). Cuba. Editorial Caminos. 246 p

### **E-grafías**

1. Hernández Sampieri, Roberto. 1997. Metodología de la Investigación.<http://www.upsin.edu>. Fecha de consulta: 1 de julio de 2013
2. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación –FAO-. s.f. Comunicación clave para el desarrollo. [www.fao.org](http://www.fao.org). Fecha de consulta: 26 de junio de 2013
3. Urrutia, Amaia. 2002. La comunicación interna para cambiar la desinformación dentro de la empresa.<http://www.bocc.ubi.pt>. Fecha de consulta: 4 de junio de 2013

## **Anexos**

## Anexo 1. Guía de entrevistas



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



Tabla 23. Guía de entrevista

Pregunta	Descripción de respuesta
¿Cuáles son los desafíos para Amugen?	
¿Cuáles son los mayores requerimientos?	
¿Cuáles son las amenazas más latentes?	
¿Cómo se realiza la toma de decisiones internas y externas?	
¿Quién realiza la asignación de actividades?	
¿A qué obstáculos se enfrenta las integrantes de la Asociación?	
¿Mecanismos que utilizan para posicionar externamente a esta?	
¿Con qué instituciones tienen alianzas estratégicas?	
¿Próximas alianzas estratégicas?	

<b>Pregunta</b>	<b>Descripción de respuesta</b>
¿Evalúan el trabajo que realizan?	
¿Cuentan con manual de funciones y convivencia?	
¿Cuentan con un plan de trabajo?	
¿Tiene registro de cuantas personas han capacitado?	
¿Realizan presentación de logros?	
¿Tienen recursos económicos para la asociación?	
¿Por qué solo una persona participa en campañas en medios masivos en prevención de VIH?	

## Anexo 2. Guía de Observación



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Guía de Observación

Fecha de observación: \_\_\_\_\_

Lugar de observación: \_\_\_\_\_

Tema de observación: \_\_\_\_\_

Tabla 24. Guía de Observación

Actividad a observar	Descripción de como se realizó la actividad
¿Cómo inician las reuniones sabatinas?	
¿Cómo se coordinan las actividades internas y externas?	
¿Cómo se toman las decisiones importantes?	
¿Plantean propuestas las integrantes?	
¿Cómo es el ambiente interno?	
¿Tienen tiempo libre las integrantes?	
¿Cómo efectúan las tareas que les son asignadas?	

<b>Actividad a observar</b>	<b>Descripción de cómo se realizó la actividad</b>
¿Cómo interactúan las integrantes?	
¿Cómo se comunican las integrantes?	
¿Identificación de lideresas?	
¿Identificación de intereses (que actividades gustan realizar más y en cuales participan menos)?	
¿Concentración de actividades?	
¿Existencia de conflicto y de qué tipos?	
¿Cómo atienden a las usuarias que requieren información y apoyo?	
¿Cómo efectúan las capacitaciones?	
¿Cómo participan con reuniones de comisiones?	

## Anexo 3. Cuestionario a Integrantes de Amugen



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Cuestionario

El siguiente cuestionario se realiza con objetivos académicos; por lo cual, se le solicita responder las siguientes 10 preguntas, marcando con una x la opción que elija.

Edad \_\_\_\_\_ Profesión u oficio \_\_\_\_\_

1. ¿Es importante la comunicación?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

2. ¿Sabe cuál es el proceso adecuado de la comunicación?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

3. ¿Sabe que es comunicación para el desarrollo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

4. ¿Sabe qué es comunicación interna?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

5. ¿Es importante la comunicación interna?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por

qué?

\_\_\_\_\_

6. ¿Sabe que es la comunicación externa?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por

qué?

\_\_\_\_\_

7. ¿Es importante la comunicación externa?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

8. ¿Participa en actividades que fortalecen internamente a Amugen?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría que la capacitarán en comunicación?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

10. ¿Qué actividades realiza con más frecuencia?

Participar en talleres, seminarios, grupos de apoyo técnico \_\_\_\_\_

Capacitar a personas en temas de prevención de VIH, entre otros \_\_\_\_\_

Convivir con las compañeras \_\_\_\_\_

Elaborar informes \_\_\_\_\_

Brindar información al público de Amugen \_\_\_\_\_

Escribir y subir información a facebook de Amugen \_\_\_\_\_

Imagen en medios de comunicación como la campaña \_\_\_\_\_

de Fernando Iturbide \_\_\_\_\_

Otras actividades \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
¿Por qué?  
\_\_\_\_\_

## Anexo 4. Guía para validar la Estrategia de CpD



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



Marque con una X la casilla que seleccione.

Tabla 25. Guía para validar estrategia de Comunicación para el Desarrollo

	Tema	Si	No
1	¿Qué es comunicación?		
	¿Por qué?		
	Qué es comunicación para el Desarrollo		
	¿Por qué? Explique:		
2	Elementos del proceso de la Comunicación para el Desarrollo		
	¿Por qué?		
3	Planificación estratégica en comunicación		
	Pasos		
	Beneficios		
	¿Por qué? Producto: Guía para la planificación		
4	¿Qué es la validación		
	Importancia de la validación		
	Pasos para validar		
	¿Por qué? Producto: Juego de aprendizaje		

Fuente: propia

## Anexo 5. Guía para facilitadora taller deCpD

Facilitadora: Licda. Claudia López  
 Lugar y fecha: 25 de agosto del 2013  
 Duración del taller: 2 horas  
 Dirigido a: Integrantes de Amugen

Tabla 26. Guía de facilitadora para taller para CpD

Objetivo	Motivación	Contenido	Recursos	Técnicas
Sensibilizar a las integrantes de Amugen en Comunicación para el Desarrollo, que reflexionen y establezcan que comunicación aplican y cuál es la ideal para sus objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de Objetivo</li> <li>• Generar el diálogo del material con el que se trabaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación tradicional</li> <li>• Elementos del proceso de la comunicación</li> <li>• Comunicación para el Desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salón</li> <li>• Equipo</li> <li>• Cañonera</li> <li>• Computadora</li> <li>• Material didáctico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual Técnica</li> <li>• Grupal Técnica</li> </ul>

Actividades	Formas de evaluar	Bibliografía
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura individual</li> <li>• Reflexión</li> <li>• Diálogo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Preguntas</li> <li>• Ejemplos</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gularte, Eduardo. 2013. Programa Formativo de Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Módulo 3 Diagnóstico y planificación de la Comunicación para el Desarrollo. Guatemala. 30 p</li> <li>2. Kaplún, Mario. 2002. Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular). Cuba. Editorial Caminos. 246 p</li> </ol>

Fuente propia

## Anexo 6. Cuestionario para evaluar taller de estudiante

Cuestionario para evaluar el taller que realizó la estudiante de Comunicación para el Desarrollo se entregó el siguiente cuestionario a las 13 integrantes de Amugen



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Cuestionario para evaluar taller de Comunicación para el Desarrollo

Marque con una X la casilla que seleccione

Tabla 27. Cuestionario para evaluar taller de Comunicación para el Desarrollo

No.	Pregunta	Si	No
1	¿Adquirió conocimientos comunicación?		
2.	¿Los contenidos de los temas fueron claros?		
3.	¿Aplicará la comunicación para el desarrollo?		
4.	¿Planificará las capacitaciones y talleres?		
5.	¿Validará los materiales o juegos aprendizaje?		
6.	¿Le gustó el juego de la pelota?		
7	¿Le gusto el material que utilizó la capacitadora?		
8.	¿La facilitadora demostró conocimiento de los temas		
9.	¿Utilizó el tiempo adecuado para dar la capacitación?		
10.	¿Le gustaría recibir otro taller en comunicación?		

Fuente: propia

## Anexo 7. Guía de validación de pelota



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel



### Guía Validación de metodología de términos de VIH

Tabla 28. Claridad de comprensión

Evaluar	Si	No	Detalle los que desea agregar
Comprendió la dinámica			
Están todos los términos correctos de VIH			
Están de acuerdo con el orden en el que están los términos de VIH			
10 debe ser el máximo de términos			

Fuente: propia

Tabla 29. Reconocimiento e identidad cultural

Evaluar	Si	No	Otros formas para representar los términos correctos de VIH Detalle
La pelota de términos despertó su interés			
Las palabras en la pelota expresan la forma cotidiana de hablar			
Los mensajes expresan la forma cotidiana de hablar			

Fuente propia

Tabla 30. Capacidad Narrativa

Evaluar	Si	No	Como escribiría el mensaje
Comprende los mensajes de la pelota			
Está de acuerdo que los mensajes sean cortos			

Fuente: propia

Tabla 31. Formato

Evaluar	Detalle	¿Por qué?
De qué tipo de material debe ser la pelota		
¿Cuál sería el tamaño ideal de la pelota?		
Qué color debe ser la pelota		
La pelota debe tener líneas para separar los términos		
¿Qué tipo de letra utilizaría para los mensajes en la pelota?		
¿Qué tamaño de letra utilizará para los mensajes en la pelota?		
¿De qué color deben ser las letras?		

Fuente: propia

## Anexo8. Carta de solicitud de práctica a Amugen



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

Licenciada  
Iris López  
Componente de la Mujer  
Asociación de Mujeres Gente Nueva  
Ciudad.

Estimada Licenciada López:

Es un gusto saludarlo y a la vez presentarle a la Licenciada Claudia Graciela López Cuat, quien se identifica con carné 100021808 y es estudiante de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo.

La Licda. López, ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, que iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, pretende que la estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que la Licda. López desarrolle su PPS.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

M.A. Aracelly Mérida

Directora Departamento de Estudios de Postgrado



*Iris Isabel López*  
25-05-13  
15:00

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

## Anexo 9. Carta de confirmación de práctica de Amugen



*Si eres mujer con VPH, afectada o sobreviviente de violencia intra familiar o sexual, estamos para apoyarte.*

Guatemala, 25 de mayo de 2013.

M.A. Aracelly Mérida  
Directora Departamento de Estudios de Post Grado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Su Despacho

Respetable Master Mérida:

Reciba un cordial saludo de Asociación de Mujeres Gente Nueva-AMUGEN, esperando sus actividades diarias sean de éxito.

Por este medio hago de su conocimiento que ha sido aceptada la solicitud referente a la Licenciada **Claudia Graciela López Cuat**, quien se identifica con número de carné 1000021808 que la acredita como estudiante de la maestría en Comunicación para el Desarrollo para que realice su Práctica Profesional Supervisada (PPS).

Agradeciendo su atención, me suscribo

Atentamente,



Iris Isabel López Velásquez  
Componente de la Mujer  
Asociación de Mujeres Gente Nueva -AMUGEN-



cc.: archivo  
Licda. Claudia López  
Secretaria Junta Directiva



14 Calle 6-12 Zona 1. Oficina 203, Segundo Nivel. Edificio Valenzuela  
Mail: [mujeragn@gmail.com](mailto:mujeragn@gmail.com) ó [gentenuevagt@gmail.com](mailto:gentenuevagt@gmail.com)

## Anexo 10. Carta de validación e implementación de estrategia de CpD



*Si eres mujer viviendo o conviviendo con VIH, víctima o sobreviviente de violencia intra familiar o sexual estamos para apoyarte.*

Guatemala, 26 de septiembre del 2013

Departamento de Estudios de Postgrado  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente

Estimadas(os) profesionales:

Reciban un cordial saludo. El motivo de la presente es para hacer constar que se conoció y validó el 18 de agosto del presente año; la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo para el componente de Juventudes de esta asociación.

La implementación de la estrategia inició el 25 de agosto y se aplicó en la Consulta a jóvenes Una Voz contra el VIH en Quetzaltenango los días 6, 7 y 8 de septiembre y en la Primera Cumbre Nacional de Juventudes por la Salud Sexual y Reproductiva efectuada el 23, 24 y 25 de este mes; ambas con resultados satisfactorios según lo indicaron nuestros usuarios(os).

Asimismo, debido al éxito de la estrategia se continuará implementado en todas las actividades que realice esta asociación.

Atentamente,

Vo.Bo. María Fernanda Chan

Componente de Juventudes Amugengua



c.c. Licda. Iris López Velázquez

Coordinadora General de Amugengua

14 calle 6-12, zona 1, Oficina 203 Segundo Nivel, Edificio Valenzuela. C. P. 01001 Guatemala C. R.  
Teléfono (502) 55105603, 54442840 & 44661698

[mujeragn@gmail.com](mailto:mujeragn@gmail.com) [amugengua@hotmail.com](mailto:amugengua@hotmail.com)

## Anexo 11. Carta orden de impresión



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

Guatemala, 14 de noviembre de 2013  
**Orden de impresión**  
No. 023-2013 CLF/Akmg

Estudiante  
**CLAUDIA GRACIELA LÓPEZ CUAT**  
Carné **100021808**

Estimada Estudiante López:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final del Trabajo de Graduación por el Tribunal Examinador con el título **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DIRIGIDA AL COMPONENTE JUVENIL DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES GENTE NUEVA -AMUGEN-"**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos y un cd en formato PDF sean entregados en el departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicada en el 2º Piso del edificio M-2, un Trabajo de Graduación y un cd en formato PDF en la biblioteca Flavio herrera y un trabajo de graduación y un cd en formato PDF en la Biblioteca Central de esta Universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación para el Desarrollo.

Atentamente,

**"Id y enseñad a Todos"**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora

Departamento de Estudios de Postgrado



  
Lic. Julio Sebastián Chilín  
Director ECC

c.c. Archivo



Edificio M2,  
Cadao Universitaria, zona 12,  
teléfonos: (502) 2476-9926  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Fax: (502) 2476-9938  
[www.comunicacionusac.com.gt](http://www.comunicacionusac.com.gt)