

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



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 a la Asociación Gente Nueva (AGN)

Título

Presentado por

Aminta Yadira Montes

Previo a conferírsele el título de

Magister Artium en Comunicación para el Desarrollo

Guatemala, noviembre 2013

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

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

Consejo Académico de Postgrado

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

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Ese ser maravilloso que no se puede encajar en ninguna religión, y quien me ha acompañado a la largo de mi vida, ofreciéndome múltiples bendiciones.

### **A mi madre**

Ana Dolores Montes Casasola, por creer en mí y apoyarme en este camino profesional.

### **A mi tía**

Elcira Montes, (Q.E.P.D), quien fue mi ejemplo de lucha y me enseñó que los sueños van acompañados de sacrificios y entrega son la llave que abre la puerta del éxito. Se que desde el cielo justo ahora aplaude junto a mí este logro.

### **A mis hermanas**

Katherine y Mónica, quienes son el motor que me impulsa cada día a ser mejor.

### **A mi familia:**

El apoyo, las sonrisas y las palabra de aliento que me acompañaron en el camino para profesionalizarme.

### **A mis compañeras de estudio:**

Gracias por acompañarme en el camino de la Maestría y juntas luchar por un ideal que ahora es realidad.

### **A mi coordinadora de la Maestría:**

Aracelly Mérida, más que una autoridad se convirtió en una amiga y ese ángel que luchó junto a mí para llegar a la meta. Conocerla y compartir con ella fue una lección de vida donde el apoyo, dialogo y comunicación fueron los ingredientes que marcaron nuestra carrera.

### **A mi esposo:**

Andrés Girón, gracias por casarte con mis ideales y sin grilletos en el corazón, tu apoyo fue indispensable en este proceso, este éxito es de los dos.

### **A mis amigas**

En especial a Claudia López y Norma Sancir quienes con su apoyo hicieron esta etapa más fácil.

### **A mis catedráticos**

En especial a Ninoshka Lou, Lucila Rodas y Eduardo Gularte quienes con su apoyo más allá de las aulas, mostraron que se necesita de diálogo, comunicación y participación para lograr una transformación social.

### **A Asociación Gente Nueva (AGN)**

Por abrir sus puertas y permitirme desarrollar mi trabajo de tesis en sus instalaciones.



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

## Índice

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Resumen.....	5
Introducción .....	6
Capítulo 1.....	7
1. Diagnóstico Situacional .....	7
1.1 Ubicación geográfica de la institución.....	7
1.2. Naturaleza de la institución.....	8
1.3. Objetivos, Visión y Misión .....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos Específicos.....	8
Visión .....	9
Misión.....	9
1.4 Descripción de actividades que realiza Gente Nueva.....	9
En prevención.....	9
En atención .....	9
Las poblaciones meta de Asociación Gente Nueva son: .....	10
1.5 Actores.....	11
1.6 Organigrama .....	12
1.7 Perfil de los trabajadores (requerimientos y clasificación) .....	14
Capítulo 2.....	16
2.1 Fundamentos epistemológicos .....	16
2.2 Comunicación y extensión. ....	19
2.3 De la gente, con la gente y para la gente. ....	21
2.4 Objetivos de Desarrollo del Milenio.....	22
2.5 Mediación pedagógica .....	23
2.6 Una pedagogía de la comunicación.....	25
Capítulo 3.....	26
3 Metodología aplicada .....	26
3.1 Enfoque .....	26
3.2 Objetivo General.....	27
3.3 Objetivos específicos.....	27
3.4 Fuentes primarias .....	27

3.5 Fuentes secundarias.....	27
3.6 Actividades .....	28
Las actividades que se realizarán son las siguientes: .....	28
3.7 Instrumentos .....	29
3.8 Población .....	30
3.9 Muestra.....	30
3.10 Método de análisis .....	30
Capítulo 4.....	32
4 Diagnóstico comunicacional .....	32
4.1 Análisis de la comunicación interna .....	32
4.1.1 La comunicación descendente.....	32
4.2.2. La comunicación horizontal .....	33
4.2.3 La comunicación circular .....	33
4.2.4 La comunicación de crisis.....	34
4.2 Análisis de comunicación externa.....	34
Redes y Comisiones. ....	35
Organizaciones Internacionales.:.....	36
Alianzas estratégicas. o. ....	36
4.3. Análisis de la Comunicación para el Desarrollo .....	37
4.4 FODA.....	40
4.5 Análisis y pronóstico de la situación .....	42
4.6 Factores influyentes: Indirectos y Directos .....	44
Factores Indirectos .....	44
Factores Directos.....	44
4.7 Árbol del Problema .....	45
4.8. Definición de prioridades comunicacionales y situaciones ideales .....	46
4.9 Funciones de la comunicación.....	47
Capítulo 5.....	49
Propuesta de Estrategia de Comunicación para el Desarrollo .....	49
5.1 Justificación .....	49
5.2 Objetivos de la estrategia .....	50
5.3- Público:.....	50
5.4 Propuesta: .....	51
5.4.2 Propósito clave .....	54

Líneas de acción.....	54
Metodología .....	57
Resultados esperados .....	59
Validación .....	61
Línea de acción 2 Documento de mediación pedagógica que refuerce los conocimientos de comunicación para el desarrollo .....	62
Metodología .....	65
Línea de acción 3 Elaboración de guía de validación .....	66
Contenido .....	67
Metodología .....	67
Resultados esperados .....	70
Capítulo 6.....	73
6.1. Validación.....	73
6.2. Implementación .....	74
6.4. Resultados a Futuro .....	77
Conclusiones .....	78
Recomendaciones .....	79
Referencias bibliográficas.....	80
E-grafías .....	81
Anexos .....	82
Anexo 1. Guía de preguntas.....	83
Anexo 2. Cuestionario .....	85
Anexo 3. Guía de observación para AGN .....	87
Anexo 4. Agenda del Taller Cpd como vehículo para alcanzar los objetivos del milenio.....	89
Anexo 5. Cuestionario de evaluación del taller de CPD .....	90
Anexo 6. Guía de observación de la aplicación de Cpd de los integrantes de AGN.....	93
Anexo 7. Guía de validación del bifoliar todo .....	94
Anexo8. Guía de validación de cosmetiquera .....	95
Anexo 9 Carta de solicitud de Practica Asociación Gente Nueva .....	96
Anexo 10. Carta de aceptación de AGN.....	97

## Índice de tablas

TABLA 1 SEDES DE ASOCIACIÓN GENTE NUEVA.....	8
TABLA 2 PERSONAL SEDE CENTRAL AGN .....	13
TABLA 3 PERFIL DE TRABAJADORES .....	14
TABLA 4 ACTIVIDADES DE AGN .....	28
TABLA 5 RESPUESTA A LA PREGUNTA SOBRE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	38
TABLA 6 FODA.....	40
TABLA 7 INTERPRETACIÓN INTERNA FODA.....	42
TABLA 8 INTERPRETACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DEL FODA .....	43
TABLA 9 PRIORIDADES DE COMUNICACIÓN Y SITUACIONES IDEALES.....	46
TABLA 10 MATRIZ DE COHERENCIA .....	52
TABLA 11 LÍNEA DE ACCIÓN 1, SENSIBILIZAR EN EL TEMA DE CPD A AGN .....	55
TABLA 12 PRESUPUESTO, PRIMERA LÍNEA DE ACCIÓN.....	60
TABLA 13 VALIDACIÓN DE LA PRIMERA LÍNEA DE ACCIÓN.....	61
TABLA 14 LÍNEA DE ACCIÓN 2, DOCUMENTO DE MEDIACIÓN PEDAGÓGICA .....	62
TABLA 15 PRESUPUESTO DE LA LÍNEA DE ACCIÓN 2.....	66
TABLA 16 LÍNEA DE ACCIÓN TRES, ¿CÓMO VALIDAR LOS MATERIALES QUE UTILIZAN PARA LA PREVENCIÓN Y EDUCACIÓN EN LA TEMATICA DE VIH.....	66
TABLA 17 PRESUPUESTO DE LÍNEA DE ACCIÓN TRES.....	70
TABLA 18 CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA .....	70
TABLA 19 MONITOREO Y EVALUACIÓN .....	72

## Índice de figuras

FIGURA 1 MAPA DE UBICACIÓN DE ASOCIACIÓN GENTE NUEVA.....	7
FIGURA 2 MAPA DE ACTORES .....	11
FIGURA 3 ORGANIGRAMA .....	12
FIGURA 4 ÁRBOL DEL PROBLEMA .....	45
FIGURA 5 MODELO TRADICIONAL DE COMUNICACIÓN.....	56
FIGURA 6 MODELO PARTICIPATIVO .....	57
FIGURA 7 GUÍA DE VALIDACIÓN .....	69

## Índice de imágenes

IMAGEN 1 TALLER DE CONOCIMIENTOS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO .....	39
IMAGEN 2 BIFOLIAR DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	62
IMAGEN 3 LAS EDUCADORAS PROPONEN LA CONSTRUCCIÓN DEL BIFOLIAR COMO DOCUMENTO DE APOYO.....	65
IMAGEN 4 ELABORACIÓN DE GUÍA DE VALIDACIÓN POR LOS EDUCADORES.....	68
IMAGEN 5 TALLER DE AGN DE PREVENCIÓN DE ITS Y VIH CON AMAS DE CASA.....	75
GRÁFICA 1 ¿CONOCE QUÉ ES LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO?.....	38

## Resumen

Desde el inicio y durante la primera década de la epidemia, el VIH en Guatemala afecta principalmente a hombres el primer caso en el país se detectó en 1984.

Los datos de enero a septiembre de 2010 indican que el 43 por ciento de los casos registrados son de mujeres, de decir que de cada 100 personas que viven con VIH 43 son mujeres y 57 hombres según datos del Ministerio de Salud.

La Organización Mundial de salud enfatiza “ en todo el mundo las personas socialmente desfavorecidas tienen menos acceso a los recursos sanitarios básicos y al sistema de salud en su conjunto.

El presente trabajo de Práctica Supervisada, propone una estrategia de comunicación para el desarrollo, con el fin de difundir el tema de prevención de VIH, con énfasis en el dialogo y la participación. Aplicado a los distintos grupos con los que trabaja la Asociación Gente Nueva.

Esta estrategia responde al problema comunicacional detectado: Desconocen la comunicación para el desarrollo y por lo tanto no la utilizan como vehículo para alcanzar los objetivos de reducción de casos de VIH/Sida. A través de la prevención. Tiene una inadecuada apropiación social y cultural de las propuestas de comunicación y ven a las personas como objeto no como ente multiplicador de la información.

Se proponen tres líneas de acción a través de utilizar la comunicación participativa para facilitar los esfuerzos de las y los integrantes de AGN para logra el bienestar individual y colectivo del grupo objetivo que ellos persiguen.

## **Introducción**

El presente informe de Practica Supervisada, propone una estrategia de comunicación para el desarrollo, con el fin de contribuir a alcanzar los objetivos del milenio en la temática de VIH/Sida aplicado a la Asociación Gente Nueva.

La estrategia responde al problema comunicacional detectado: Desconocen la comunicación para el desarrollo y por lo tanto no la utilizan como vehículo para alcanzar los objetivos de reducción de casos de VIH/Sida. A través de la prevención. Tiene una inadecuada apropiación social y cultural de las propuestas de comunicación y ven a las personas como objeto no como ente multiplicador de la información.

A lo largo de este informe, se justifica la estrategia de comunicación presentada y se presentan fundamentos teóricos para sustentar las líneas de acción que en conjuntos lograrán dar un avance y fomentar la participación y el dialogo en las comunidades.

Este trabajo detalla Metodología Aplicada, Diagnóstico Situacional y Comunicacional de Asociación Gente Nueva; así como recomendaciones que se le realizan a la asociación antes mencionada.

El enfoque del presente trabajo es mixto, porque se basó en datos cualitativos y cuantitativos; debido a que se analizaron datos y opiniones. El diseño fue no experimental porque se observó el fenómeno tal y como se presentó. Es descriptivo ya que se analizó y detalla la situación comunicacional de AGN; así como es transaccional por el tiempo determinado en que se efectuó el diagnóstico, estrategia y resultados.

Para lograr los objetivos trazados se utilizó los siguientes técnicas: la entrevista, observación participativa directa y cuestionario de 10 preguntas cerradas y una opción libre que se efectuó a las y los integrantes de Asociación Gente Nueva.

# Capítulo 1

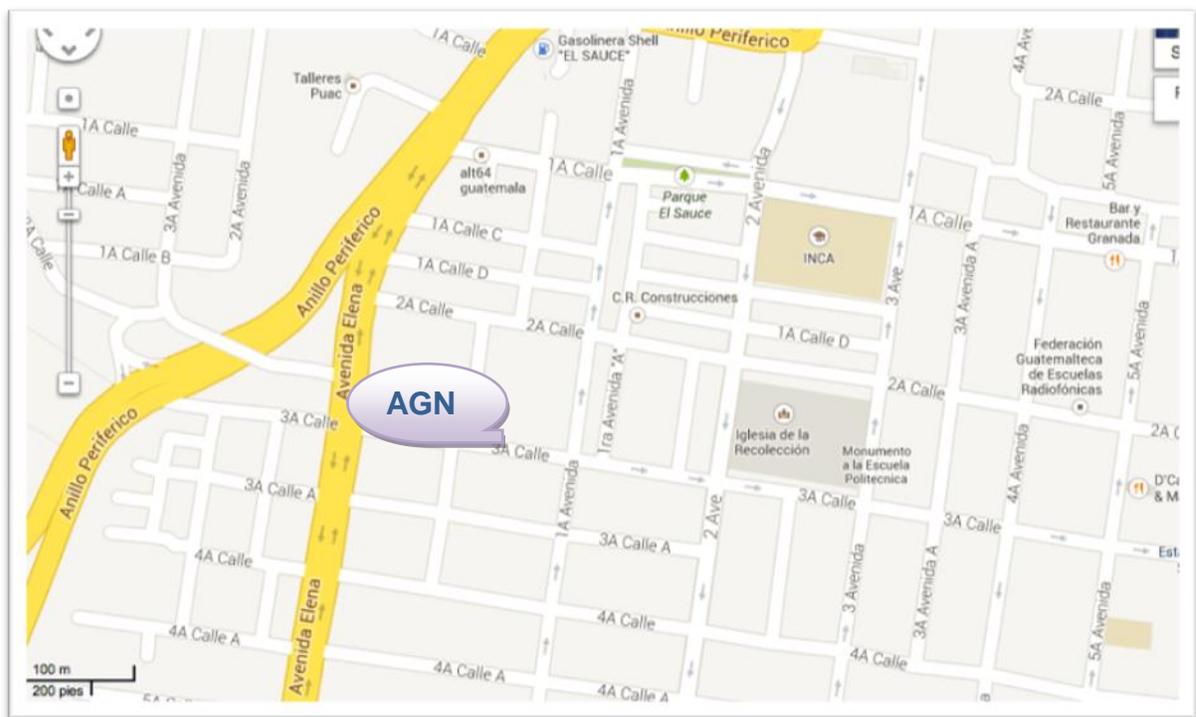
## Diagnóstico Situacional

1.

### 1.1 Ubicación geográfica de la institución

El diagnóstico de comunicación se realizó a la Asociación Gente Nueva de la sede central; ubicada en la 3ª. Calle "A" 0-11, zona 1 ciudad capital, los teléfono son 2253-0318/2221-3281 y 2253-3616 y el correo electrónico es gnueva@hotmail.com.

**Figura 1 Mapa de ubicación de Asociación Gente Nueva**



Fuente: Google Maps

**Tabla 1 Sedes de Asociación Gente Nueva**

Departamento	Dirección	Teléfono	Correo electrónico
Escuintla	1 avenida 2-15, zona 4, colonia Izcuintlán.	7889-9720	<b>agnescuintla@yaoo.com</b>
Izabal	13 calle entre 9 y 10 avenida, Puerto Barrios	7948-8569	<b>agnpuertobarrios@gmail.com</b>
Petén	1 avenida 4-50 zona 1, Santa Elena Flores	7924-8323	<b>petengentenueva@yahoo.com</b>

**Fuente Asociación Gente Nueva**

## **1.2. Naturaleza de la institución**

Es una institución de servicio, de carácter civil, apolítica, no lucrativa, no religiosa y legalizada el 14 de febrero del año 2000. Son una asociación, cuyo objetivo es brindar alternativas a personas que viven con VIH y su entorno familiar, para ayudar a superar la problemática en general, sin descuidar la prevención en infecciones de Transmisión Sexual y VIH, a la población en general, con énfasis a poblaciones más vulnerables.

## **1.3. Objetivos, Visión y Misión**

### **Objetivo General**

Disminuir el impacto negativo de la enfermedad en el país.

### **Objetivos Específicos**

- Velar por la atención integral para las personas que viven con VIH.
- Prevenir nuevos casos de VIH a través de acompañamientos a personas con riesgo.
- Dar seguimiento a los casos de VIH que se atienden en la asociación.

## **Visión**

Que la población en general se informe y eduque en la Prevención de ITS y VIH para disminuir en parte el impacto de la problemática y colaborar a que se proporcione una atención adecuada a todas las personas con VIH que requiera de nuestros servicios.

## **Misión**

Informar y educar en la temática del VIH a la población en general, uniendo esfuerzos con otras organizaciones para el apoyo, atención y acompañamiento a personas que viven con VIH o VIH avanzado y lograr a través de otras instancias el acceso a tratamientos antirretrovirales.

### **1.4 Descripción de actividades que realiza Gente Nueva**

La Asociación Gente Nueva presta los siguientes servicios a la población que lo requiera:

#### **En prevención**

- Charlas y talleres sobre prevención ITS/VIH
- Abordaje cara a cara sobre la temática del VIH
- Charlas sobre temas variados: Educación en adherencia, uso bien y siempre del condón, con demostraciones y su distribución, cuidados en salud, Derechos Humanos, socialización del Decreto 27-2000, enfermedades oportunistas, nutrición, percepción de riesgo, violencia basada en género y conocimientos de recursos institucionales, entre otros
- Tamizaje voluntario con consejería
- Manejo sindrómico de infecciones de transmisión sexual –ITS-
- Grupo de auto apoyo de personas con VIH.

- **En atención**
- Educadores Pares
- Albergue Temporal para personas con VIH y/o acompañantes, provenientes del interior de la República (capital)
- Distribución de leche maternizada en la Unidad de Atención Integral –UAI- del Hospital Regional de Escuintla
- Acompañamiento de personas con VIH a las Unidades de Atención Integral
- Visitas hospitalarias a personas con VIH
- Visitas domiciliarias a personas con VIH o VIH avanzado (Sida) en casos calificados
- Referencias médicas a las UAI en caso de personas recién diagnosticadas con VIH
- Colaboración entre la UAI de Puerto Barrios y el Centro Penal de Puerto Barrios, en el traslado de medicamentos antirretrovirales a personas privadas de libertad

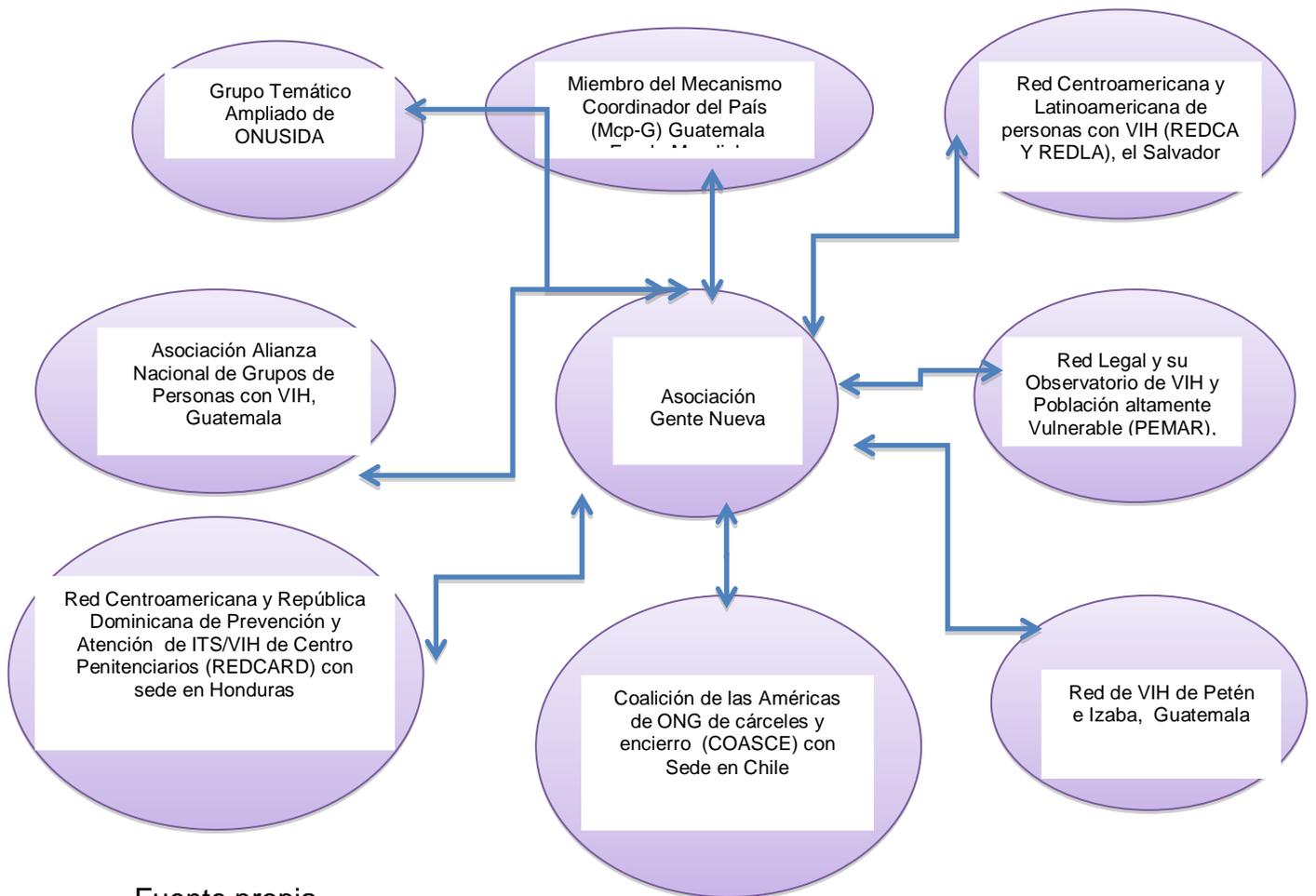
**Las poblaciones meta de Asociación Gente Nueva son:**

- Personas con VIH
- Mujeres trabajadoras sexuales (MTS)
- Hombres que tienen sexo con hombres (HSH)
- Personas privadas de libertad (PPL)
- Jóvenes con riesgo social (JRS)
- Hombres con conducta de riesgo (HRI)
- Jóvenes escolarizados
- Amas de casa
- Personal de salud
- Niños (as) expuestos o hijos (as) de madres con VIH
- Líderes comunitarios
- Personas con discapacidad
- Parejas de MTS y PPL

## 1.5

## Actores

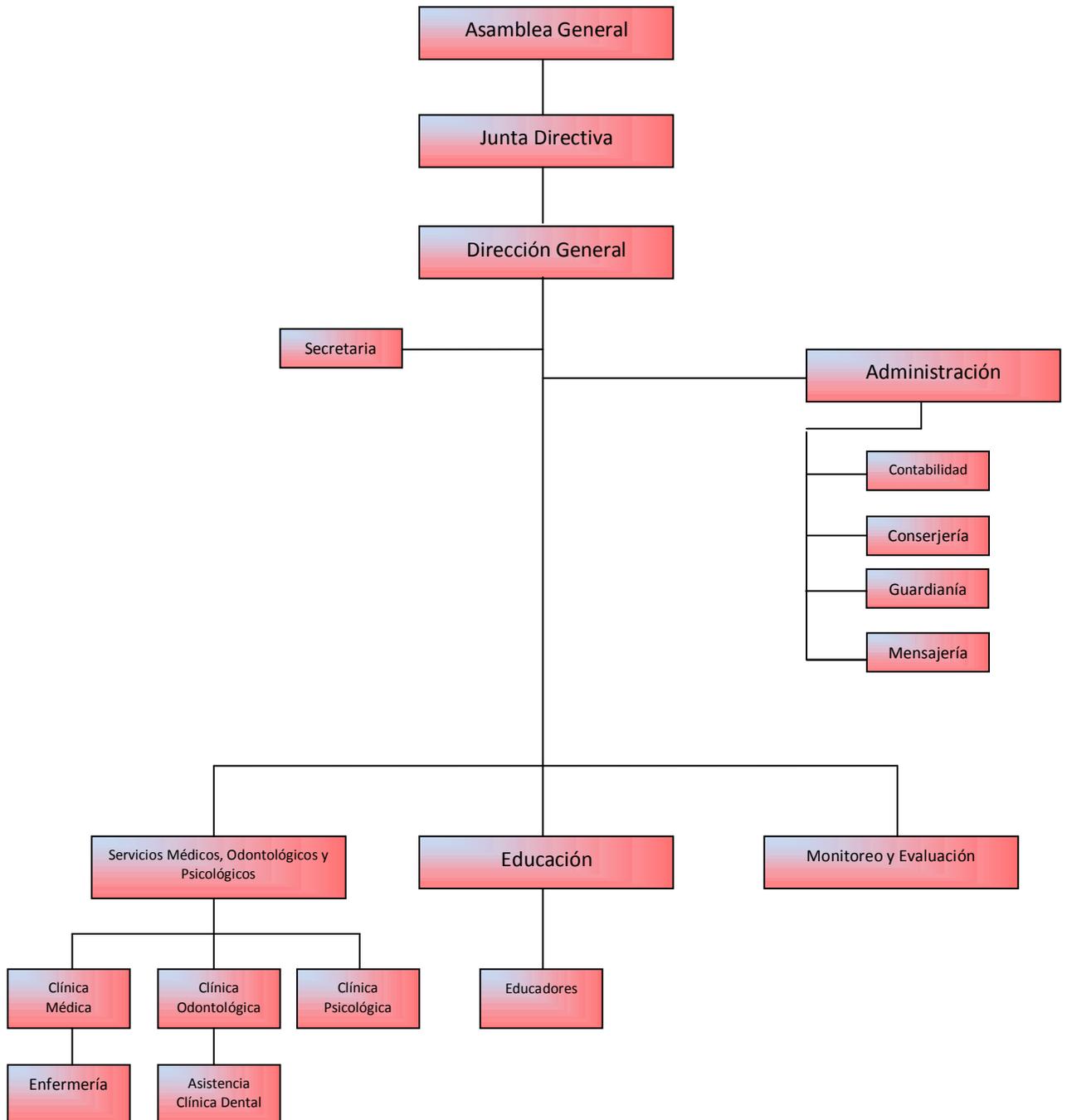
Figura 2 Mapa de actores



Fuente propia

## 1.6 Organigrama

### Figura 3 Organigrama



Fuente AGN

Este organigrama fue proporcionado por AGN, el cual contempla secretaria, servicios médicos, odontológicos y psicológicos; los cuales ya no se brindan, debido a que el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, ya no les asignó recursos económicos en 2012; esto de acuerdo al (Decreto 33-2011, del Congreso de la República) detalla que por ningún motivo podrán suscribir convenios de ejecución con organizaciones no gubernamentales (ONG) y asociaciones, exceptuando lo normado en el artículo 29 del Decreto 33-2011 del Congreso de la República, Ley del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal 2012, referente al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

**Tabla 2 Personal sede Central AGN**

<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>
Representante Legal	Osmundo Isabel Vásquez
Director General	Hugo Rolando Valladares
Administrador	Audelio Ramírez
Contabilidad	Manuel de León
Conserjería	Margarita Ortíz
Guardianía	Antonio Urbina
Mensajería	Marco Garrido
Bodega	Josué Carranza
Educación	Licda. Evelyn Lucas
Educadora	Ofelia Santizo
Educadora	Noemí Ramírez
Monitoreo y evaluación	Josué Carranza

Fuente propia

## 1.7 Perfil de los trabajadores (requerimientos y clasificación)

**Tabla 3 Perfil de trabajadores**

Cargo	Profesión	Experiencia	Capacitaciones	Requerimientos
Director General	Trabajo social y estudios de sociología a nivel técnico	Laboró en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS- como trabajador social	El IGSS lo capacitó en temas de prevención de VIH	Recursos económicos para el pago de prestaciones laborales de los empleados de AGN
Representante Legal	Profesorado en licenciatura	Profesor de nivel primario	Se capacitó en incidencia política en prevención del VIH	Recursos económicos para asegurar el pago de alquiler de la sede de AGN
Administración	Contador	Laboró en el IGSS como educador en el tema de VIH. Y también laboró para Médicos sin Fronteras de Francia	Médicos sin Fronteras lo capacitó en prevención de VIH e Infecciones de Transmisión Sexual	Recursos económicos para la prestación de los servicios que ofrecían como atención psicología y traslado de antiretrovirales
Contabilidad	Contador de Proyecto Trocaire	Trabaja para el proyecto Trocaire del Fondo Mundial	No ha recibido capacitación	Recursos económicos para la compra de útiles y enseres

<b>Cargo</b>	<b>Profesión</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitaciones</b>	<b>Requerimientos</b>
Educadoras	Pedagoga	Coordinadora del Proyecto ITS, VIH y Sida del Fondo Mundial	Se capacitó en Texas, Estados Unidos en Derechos Humanos y Sexualidad	Recursos económicos para compra de materiales educativos que se utilizan en las capacitaciones que brinda AGN
Monitoreo y evaluación	Profesor de enseñanza media	Encargado de monitoreo y evaluación de Proyecto Trocaire	ONUSIDA lo capacitó en herramientas de monitoreo y evaluación	Recursos económicos para dar seguimiento a casos detectados de VIH

Fuente AGN

## Capítulo 2

### 2.1 Fundamentos epistemológicos

La comunicación para el desarrollo esta orientada al cambio social, tanto por su contenido como su estructura organizativa, participativa, democrática, transparente, procurando así una coherencia entre su discurso y su practica.

La comunicación para el Desarrollo estudia el vínculo histórico, teórico y procedimental entre los procesos comunicativos y la mejora de las condiciones de vida humana.

Es un campo orientado al diseño, ejecución y evaluación de estrategias de cambio social en el ámbito individual, social y medioambiental, ya sea con apoyo de una información de carácter instrumental o desde un enfoque eminentemente comunicativo.

Más de cincuenta años de vida lleva la comunicación para el desarrollo y se puede considerar una subdisciplina de la más antigua del campo comunicación.

Sin embargo, su estudio epistemológico sigue siendo de lo más controversial. Esto es debido a que su origen y finalidad son eminentemente prácticos, sus inicios no se sitúan en el terreno teórico, sino en la praxis misma tanto de los movimientos sociales como de las primeras instituciones de ayuda al desarrollo.

Beltrán la define como la comunicación para el desarrollo nació de forma paralela, aunque con promotores, premisas y objetivos diferenciados en dos regiones tan distintas como cercanas entre sí, Estados Unidos y Latinoamérica.

Este origen está en la base de los dos principales paradigmas en torno a los cuales ha evolucionado el campo hasta el momento presente donde entre la modernización y participación.

Los primeros programas que utilizaron la comunicación con el fin de introducir transformaciones, esencialmente económicas nacieron a finales de los años cuarenta en el concierto de la reconstrucción del mundo después de la Segunda

Guerra Mundial, por iniciativa de los primeros organismos de cooperación, empresas y fundaciones privadas como:

- Agencia de los Estados Unidos de América para el desarrollo Internacional (USAID).
- La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).
- Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).
- Fundación Rockefeller.

La comunicación para el desarrollo debe emplearse:

- Para contribuir al sentimiento de nacionalidad.
- Como la voz de la planificación nacional.
- Para ayudar a enseñar las destrezas necesarias.
- Para Ayudar a ampliar el mercado.
- Para ayudar a la gente a representar sus nuevos papeles en la sociedad.
- Preparar a la gente a representar su papel como nación entre las naciones.

(Rogers <http://publicaciones.cucsh.udg.mx>) detalla en su texto Difusión de Innovaciones, domina la teoría de las innovaciones, en ella describe las etapas de comportamiento por las que pasa el adoptante de algo nuevo, las condiciones sociales favorables para la adopción de las innovaciones y las características que influyen en el comportamiento de individuo y comunidades en los procesos de difusión.

Esta teoría centra su análisis en el proceso de difusión y adopción de innovaciones de forma más sistemática y planificada. Él distingue cinco etapas en el proceso de difusión:

- El conocimiento de la innovación en sí misma
- La comunicación de la innovación
- La decisión de adoptar o rechazar la innovación
- Confirmación de la innovación por parte del individuo

A finales de los cuarenta se extiende en el mundo los primeros programas de desarrollo, en Latinoamérica surgió una forma radicalmente diferente de entender la comunicación para el desarrollo.

Esta nueva perspectiva provino de una extensa variedad de experiencias populares dispersas en todo el continente, que comenzaron a emplear la comunicación para promover la autonomía y el empoderamiento de grupos en situaciones de dependencia.

Así, de forma espontánea, autodidacta y con mayor o menor creatividad (Beltrán, 2005), colectivos de diversas índoles como los sindicatos mineros boliviano o las comunidades eclesiales de base en Brasil, aprovecharon el potencial emancipador de los medios con el objeto de construir discursos más acordes con las necesidades y aspiraciones de las comunidades y contraria a la cultura dominante de las elites de poder (Barranquero, 2009).

En los años 70 Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Paulo Freire y Mario Kaplún, ayudaron a sistematizar estas primeras experiencias al tiempo que emprendieron una feroz crítica al carácter vertical, economista y etnocéntrico de los programas extensionistas que entonces dominaban el continente.

A partir de aquí se marca el paradigma participativo, que sitúa a la comunidad en el punto de partida del proceso y que concibe la comunicación de forma participativa y horizontal a fin de estimular la concientización (Freire, 2002) con esto los pueblos previo a una mejorar sustancia de la calidad de vida en todos los ámbitos no sólo económico.

## **2.2 Comunicación y extensión.**

(Freire, 1984: p.25) muestra como el concepto de “extensión” engloba acciones que transforman al campesino en una cosa, objeto de planes de desarrollo, que lo niegan como ser de transformación del mundo.

El mismo concepto sustituye su educación por la propaganda que viene de un mundo cultural ajeno, no permitiéndole ser más que eso y pretendiendo hacer de él un depósito que recibe mecánicamente aquello que el hombre superior (el técnico), piensa que los campesinos deben aceptar, para ser “moderno”, de la misma forma que el hombre superior es moderno.

(Freire, 1984: p.75) dice que “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”.

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.

En este proceso de aprendizaje, sólo aprende verdaderamente, aquel que se apropia de lo aprendido, transformándolo en aprehendido, por eso mismo, reinventarlo, aquel que es capaz de aplicar lo aprendido-aprehendido, las situaciones existenciales concretas. Por lo contrario aquel que es “llenado” por otro de contenido cuya inteligencia no percibe, de contenido que contradicen su propia forma de estar en su mundo sin que sea desafiado no aprende.

Por esta razón para que la Asociación Gente Nueva alcance los objetivos del milenio debe aprender a educar y educarse, en la práctica de la libertad. “El diálogo con aquellos que, casi siempre, piensa que nada saben para que estos transformando su pensar que nada saben en saber que poco saben puedan igualmente saber más”, (Freire, 1984: p: 25).

Conocer es tarea de sujeto no de objetos y es como sujeto y solamente en cuanto sujeto que el hombre puede realmente conocer. Por eso mismo es que, en el proceso de aprendizaje sólo aprende verdaderamente aquel que se apropia de lo aprendido, transformándolo en aprehendido con lo que puede, por

eso mismo reinventarlo; aquel que es capaz de aplicar lo aprendido en situaciones existencias concretas.

Los miembros de AGN deben fomentar el diálogo entre las personas a las cuales quieren llegar en temas de VIH y esto se logrará al escuchar lo que las personas saben sobre la enfermedad o los mitos que aún manejan sobre su contagio.

Deben dejar de suponer que las personas a las que quieren llegar con el tema de VIH lo desconocen o no tienen idea del mismo.

Primero aprender a conocer al individuo y escuchar acerca de las concepciones que este tenga del tema y sus creencias.

A través de estas relaciones, donde transforma y capta la presencia de las cosas, (lo que no es, aun conocimiento verdadero), es donde se constituye el dominio de la mera opinión o de la "Doxa". (Freire, 1969: p.29).

El dominio de la Doxa, donde los hombres se dan cuenta ingenuamente de la presencia de las cosas, de los objetos, la percepción de esta presencia no significa el adiestramiento en ellos, de lo que resultaría la percepción crítica de los mismos.

Comunicar es comunicarse en torno al significado y significante. De esta forma, en la comunicación, no hay sujeto pasivo. Los sujetos co-intencionados al objeto de su pensar, se comunican su contenido. (Freire; 1984: p.7).

Lo que caracteriza la comunicación es que ella es diálogo, así como el diálogo es comunicativo. En relación dialógica-comunicativo, los sujetos interlocutores se expresan, a través de un mismo signo lingüístico.

"La educación es comunicación, es diálogo en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores que buscan la significación de los significados", (Freire, 1984: p.77).

En esta parte específica es donde los capacitadores de la Asociación Gente Nueva pueden contribuir a un cambio social donde vean al sujeto como un promotor que replicará el mensaje de prevención de VIH. En esta comunicación que se hace por medio de palabras, no pueden romperse la relación de pensamiento-lenguaje-contexto y realidad.

Se debe tomar en cuenta que no hay posibilidad de que existe una relación comunicativa, si entre los sujetos interlocutores no se establece la comprensión del significado del signo.

Este signo debe tener el mismo significado para los sujetos que se comunican, sino la comunicación no es viable entre ambos, por falta de comprensión indispensable.

En la comunicación cuyo contenido son convicciones, además de la comprensión significativa de los signos, existe el problema de la adhesión, o no adhesión, a la convicción expresada por uno de los sujetos comunicantes.

La comprensión significativa de los signos, a su vez, exige que los sujetos de la comunicación sean capaces de reconstruir en si mismo, el proceso dinámico en que se constituye la convicción expresada por ambos, a través de los signos lingüísticos.

### **2.3 De la gente, con la gente y para la gente.**

Durante el Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo que se llevó a cabo en Roma, Italia del 25 al 27 de octubre del 2006 se presentó un documento conocido como “El consenso de Roma”.

Este tratado representa la ideología de la comunicación para el desarrollo.

De forma textual describe:”La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Busca 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 y significativo. No se trata de relaciones públicas o comunicación empresarial”.

Apunta que las Organizaciones para el desarrollo deben dar prioridad a los elementos esenciales del proceso de la comunicación para el desarrollo y esto incluye:

- El derecho y la posibilidad de las personas para participar en los procesos de toma de decisiones que afectan sus vidas.
- Crear oportunidades para el intercambio de conocimiento y habilidades.

- Garantizar que todas las personas tengan acceso a instrumentos de comunicación, para que puedan comunicarse dentro de sus propias comunidades y con las personas que toman las decisiones que los afectan.
- Reconocer y controlar las tendencias comunicativas que están teniendo lugar a nivel local, nacional e internacional a fin de mejorar las acciones de desarrollo.
- Adoptar un enfoque que esté contextualizado al interior de las culturas.
- Es prioridad apoyar a las personas más afectadas por los temas de desarrollo en sus comunidad y países, para escuchar lo que tienen que decir, expresar sus perspectivas y contribuir y actuar con respecto a sus ideas para mejorar su situación, y aquí entra los nativos y las personas que viven con VIH.

En este mismo documento consultado define la comunicación para el desarrollo “Un baluarte fundamental para el desarrollo y el cambio”, por esta razón se justifica que la Asociación Gente Nueva debe implementar este tipo de comunicación para alcanzar el desarrollo según la naturaleza de la misma.

Para este efecto es necesario conocer la diferencia entre comunicación y desarrollo.

#### **2.4 Objetivos de Desarrollo del Milenio**

En septiembre de 2000, los jefes de Estado y de gobierno de 189 países incluida Guatemala, adquirieron en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York el compromiso de construir un mundo diferente para el 2015.

Esto mediante el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). La declaración suscrita en esa ocasión pretendía un mundo sin pobreza, donde todos y todas tengamos acceso a educación y salud, igualdad y en un entorno sostenible con pleno respeto de los derechos humanos.

Los ODM están compuestos por 8 objetivos, 18 metas y 48 indicadores. Del 1 al 7 buscan que los países en vías de desarrollo tomen nuevas medidas y unan esfuerzo para la lucha contra la pobreza, el analfabetismo, el hambre, la falta de

educación, la desigualdad entre los géneros, la mortalidad infantil y la materna, el VIH/Sida y la degradación ambiental.

El objetivo 6 literalmente dice “Detener la propagación del VIH/ Sida, el paludismo y otras enfermedades”.

Cinco indicadores han sido definidos para medir la meta:

- Prevalencia del VIH en personas entre 15 y 24 años de edad.
- Uso de preservativo en la última relación de alto riesgo.
- Proporción de la población entre los 15 y 24 años de edad que tienen conocimientos amplios y correctos sobre el VIH.
- Relación entre la asistencia escolar de niños huérfanos y la de niños no hermanos entre 10 y 14.
- 

El objetivo 7 enfatiza que para el acceso universal al tratamiento de VIH de todas las personas que lo necesiten.

Aunque destaca el esfuerzo por establecer metas y objetivos cuantificables, son muchas las organizaciones civiles que consideran que las metas e indicadores planteados son insuficientes en lo que respecta a la promoción de acuerdo al género y preferencia sexual.

El resultado es que apenas existen avances en reducción de la propagación del VIH y el acceso universal al tratamiento aún la discriminación pesa mucho más que la salud.

## **2.5 Mediación pedagógica**

Para (Gutiérrez y Prieto, 1994: 33) ningún ámbito en la educación puede prescindir de un acto de Mediación Pedagógica. Ellos resaltan la importancia de la comunicación en lo pedagógico, afirman que todo lo que el hombre hace está mediado, por lo tanto hay que reconocer la mediación educativa como un campo amplio de reflexión y de trabajo.

Aseguran que toda mediación es capaz de promover en los educando la tarea de construir el conocimiento y de apropiarse de los saberes. Además que toda práctica educativa en cualquier instancia o ciclo puede ser llevada al campo de la mediación pedagógica, con el objetivo de llevar material atractivo, dinámico que no estén centrados en el tema a desarrolla, sino en la construcción paralela que hagan los educando a partir del contenido.

La medicación es entendida como el tratamiento de contenidos y de las formas de expresión de los diferentes temas a fin de hacer posible el acto educativo dentro de un enfoque vivencial que promueva la participación, creatividad, expresión y relacionalidad.

Los principios básicos de (Gutiérrez y Prieto, 1994 )llevan en su naturaleza una filosofía que accionará sobre todo proceso educativo concebido, sus principios son:

- Educar para la incertidumbre: Es no proveer respuesta y el interrogar como herramienta de concepción de nuevos recorridos.
- Educar para localizar, reconocer, procesar y utilizar información: Peligro de un mundo supra-sensorial, cargado de estímulos sin conexiones aparentes.
- Educar para resolver problemas: Resolución de problemas como herramienta de contextualidad y generación de conciencia y conocimiento.
- Descifrar, criticar, optimizar, crear y recrear información: promoviendo una actitud investigativa.
- Significación: Dar sentido a la vida, a lo que se hace, incorporar el sentido de cultura y de mundo de cada persona.
- Convivir: y compartir el proceso de interaprendizaje debe incentivar estos valores.
- Educar para la expresión: sin expresión no hay educación.
- Educar para la apropiación de la historia y cultura
- Promover procesos y no solo resultados.
- No fundamentarse en el aprendizaje de conocimiento sino en la producción de los mismos.

## **2.6 Una pedagogía de la comunicación**

(Kaplún, 2002: p.48) detalla que le apuesta a la función del comunicador como principal cometido es recoger la experiencias de los destinatarios, seleccionarlas ordenarlas y organizarlas y ,a si estructuradas, devolvérselas, de tal modo que ellos pueden hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas.

Cuando el mensaje es difundido, el sujeto colectivo puede reconocerse en él, identificarse con él, aun cuando no haya participado directamente en su producción: aunque sean otros actores y no él mismo lo que está sobre el escenario dando vida a la historia.

Pero no sólo se trata de reflejar a la comunidad o grupo objetivo sino como un espejo que devuelve la imagen o como una grabadora que repite y reproduce mecánicamente lo que la gente dice. El equipo comunicador debe procurar devolver esos hechos y experiencias que ha recogido de la manera que ahora la comunidad pueda verlo con otra perspectiva crítica, analizarlo, discutirlo, reflexionarlos, emitir juicios, desentrañar las causas del problema que hasta ahora habían estado viviendo y sufriendo como una contingencia sin percibir sus raíces.

Aunque los comunicadores ya no aparezcan asumiendo el privilegiado papel de emisores exclusivos, la misión de este es dar formar a los mensajes, redactar material impreso, producir los videos, crear las obras de teatro o de títeres, realizar programas de radio, las historietas, diseñar el cartel o el periódico mural. Aquí entra la importancia y la necesidad de que los educadores dominen los principios básicos de la pedagogía de la comunicación.

## Capítulo 3

### 3 Metodología aplicada

#### 3.1 Enfoque

El enfoque de éste diagnóstico es mixto debido a que se basa en datos cualitativo y cuantitativo, ya que se utilizó instrumentos como el cuestionario de 10 preguntas cerradas y una opción abierta dirigido a los y las integrantes de Gente Nueva; así como también incluye datos estadísticos de personas que viven con VIH y Sida; que fueron analizados.

En cuanto a las técnicas a utilizadas en la metodología cualitativa está la entrevista que se efectuó al Gerente Administrativo Audelio Ramírez y Hugo Rolando Valladares, Director General de Gente Nueva, con la finalidad de adquirir mayor información.

Otra técnica que se aplicó con la participación de los y las 12 integrantes de Asociación Gente Nueva, a través de preguntas fue el FODA; Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; para determinar aspectos internos y externos de comunicación de AGN.

Además se validó, el conocimiento que tienen las y los integrantes de la Asociación Gente Nueva sobre el tema de Comunicación para el Desarrollo, a través de un taller donde se constató el desconocimiento de este tema.

Se aplicó la observación participativa directa, para establecer cómo se realizan los procesos de comunicación interna y externa; para esto se elaboró una guía de trabajo que se detalla en la sección de instrumentos. Esta herramienta también contribuye a interpretar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El diseño es descriptivo porque se analizó y detalla la situación de comunicación de la asociación; así como transaccional ya que se efectuó en un tiempo determinado.

### **3.2 Objetivo General**

Identificar como se realiza el proceso de comunicación para el desarrollo en AGN para contribuir a mejorar su labor.

### **3.3 Objetivos específicos**

Determinar el modelo de comunicación que aplican las y los integrantes de AGN en las capacitaciones y talleres.

Establecer los conocimientos que tienen las y los integrantes de GN en comunicación interna, externa y para el desarrollo.

### **3.4 Fuentes primarias**

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

### **3.5 Fuentes secundarias**

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

### 3.6 Actividades

Las actividades que se realizarán son las siguientes:

**Tabla 4 Actividades de AGN**

<b>Actividad a realizar</b>	<b>Con quién se realizará la actividad</b>
Observación participativa directa	Reuniones de trabajo que se efectúan en AGN, para determinar cómo realizan las actividades de comunicación interna y externas de la asociación.
Solicitud de estadísticas oficiales de VIH	Centro Nacional de Epidemiología del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, para determinar la situación de casos de VIH en el país.
Entrevistas	Director, Administrador y a la encargada de educación, para establecer la coordinación de actividades internas y externas; así como el tipo de comunicación en AGN.
Cuestionario	A todos y todas las integrantes de la sede central de AGN, para establecer conocimientos en comunicación interna, externa y para el desarrollo.
Grupo focal participativo	Para validar lo que arroja el cuestionario en materia de Comunicación para el Desarrollo se contó con ocho de los 12 integrantes de la asociación
Análisis de la información recopilada	Para establecer situación de la comunicación en la Asociación Gente Nueva.

### **3. 7 Instrumentos**

En este diagnóstico de comunicación se utilizaron los siguientes instrumentos: Cuestionario de 10 preguntas cerradas y una opción abierta. Esto para justificar la opción elegida. Tabulación y elaboración de gráficas con porcentajes los cuales fueron contrastados.

Este instrumento da respuesta al objetivo específico para determinar los conocimientos que tienen las y los integrantes en comunicación interna, externa y para el desarrollo, para establecer la comunicación que aplican en sus actividades.

También se efectuó la observación directa participativa, para lo cual se elaboró una guía la que contiene actividad a observar, descripción de cómo realizan la actividad y tipo de objetivo al que se da cumplimiento.

La entrevista es otro instrumento que se aplicó a través de una guía de preguntas y las respuestas que fueron transcritas para su interpretación; así como la comparación con las observaciones realizadas. Esta contribuyó a cumplir del objetivo general y específicos.

Así mismo, se realizó un grupo focal donde a través de dinámicas y palógrafos; las y los 12 integrantes de la asociación mostraron que aplican comunicación tradicional y no la comunicación para el desarrollo en las capacitaciones y talleres.

La elaboración del FODA se desarrollo en una reunión en la que participó el Director, Administrador, Representante Legal, Encargada de Educación y las dos Educadoras; así como Monitoreo y Evaluación de la Asociación Gente Nueva. El FODA dio cumplimiento a los objetivos específicos.

### **3.8 Población**

La Asociación de Gente Nueva, de la sede central está integrada por 12 personas con estudios de Peritos Contadores, Profesores, Licenciado en Administración de Empresas, Bachilleres en Ciencias y Letras.

### **3.9 Muestra**

La muestra es probabilística debido a los y las 12 integrantes participaron en el diagnóstico participativo.

### **3.10 Método de análisis**

A través de la observación directa participativa, se determinó el clima organizacional, interacción entre los integrantes, 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 el Director, Administrador y Encargada de Educación; 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 los conocimientos de las y los integrantes en comunicación para el desarrollo; esto a través de la tabulación y elaboración de gráficas que arrojaron los porcentajes obtenidos.

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

Durante la participación del grupo focal, los integrantes mostraron que conocen bien el modelo tradicional de comunicación, pero desconocen la comunicación para el desarrollo y como esta puede ayudarles a alcanzar los objetivos del milenio trazados por Naciones Unidas.

A través de las técnicas utilizadas como la observación, entrevista, cuestionario, grupo focal y FODA; contribuyeron al cumplimiento de los objetivos de este diagnóstico de comunicación.

## Capítulo 4

### 4 Diagnóstico comunicacional

#### 4.1 Análisis de la comunicación interna

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

**4.1.1 La comunicación descendente** es el tipo de comunicación formal más básico y tradicionalmente utilizado. Surge de la alta dirección y desciende de forma vertical hacia los niveles inferiores. Es una herramienta de gestión muy importante para dirigir correctamente el desarrollo de las tareas que se realizan en la organización.

Su misión es transmitir instrucciones y órdenes con base a las actividades que se han de realizar y objetivos que se deben conseguir por todos y cada uno de los miembros que la forman (responsables y subordinados) así como de todos aquellos aspectos que son necesarios para su correcto funcionamiento.

En la Asociación Gente Nueva, no se presenta la comunicación descendente debido a que las decisiones se toman en una reunión en la que todos participan con opiniones y sugerencias que se efectúa el último lunes de cada mes.

Con las otras sedes se reúnen dos veces al año, (Asamblea General), pero en esta se comparten información y experiencias exitosas, no se realiza toma de decisiones importantes; ya que estas las efectúa cada sede con todos sus miembros.

Todas la sedes están en contacto permanente vía telefónica, correo electrónico y mensajes de texto.

Asimismo, AGN, posee personería jurídica, cuenta con un estatuto, plan operativo anual, manual de funciones y atribuciones; que les es de utilidad para su organización interna. Sin embargo no cuentan con un plan de comunicación interno y externo.

**4.2.2. La comunicación horizontal** se produce entre personas y departamentos que están en un mismo nivel jerárquico, por lo tanto se desplaza siguiendo las líneas horizontales del organigrama, en sus diferentes niveles, produciendo un intercambio de informaciones entre compañeros o iguales.

La comunicación circular en AGN se evidencia en que se apoyan en la realización de tareas cuando a uno de ellos se les dificulta otro se ofrece a efectuar dicho trabajo, todos almuerzan juntos en un mismo lugar y cuando una persona se integra a esta Asociación, uno de ellos se ofrece a ser su instructor(a) en un período de dos meses, esto que la o el integrante este informado de todo lo que se está trabajando, según observación del 15 de junio de este año.

**4.2.3 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.

En AGN, se da la comunicación circular; debido a que la toma de decisiones se realiza el último lunes de cada mes, en presencia de todas y todos los integrantes; está reunión inició con la lectura de la minuta anterior y se presenta la propuesta de agenda donde se abordan pendientes a resolver, actividades y propuesta de los integrantes; en este proceso no se da la asignación de actividades los y las integrantes deciden qué actividades pueden efectuar lo que depende de la agenda individual.

Asimismo, todos realizan propuestas de proyectos como el Administrador, Audelio Ramírez, que en la última reunión propuso la búsqueda de nuevos aliados para proveer de fondos económicos a la Asociación.

Al finalizar la reunión se redacta un acta; en la que quedan plasmadas las actividades y acciones a seguir; así como quienes serán los encargados de asistir a la reunión del grupo temático ampliado de ONUSIDA. Este documento es enviado vía correo electrónico a todos y todas.

Cuando surge una actividad y no está programada, el Coordinador o Administrador hacen las consultas pertinentes vía telefónica o mensaje de texto; para establecer quién será el encargado de realizar o participar en la actividad.

**4.2.4 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.

#### **4.2 Análisis de 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 compañía y promover actividades, productos y servicios.

La comunicación externa es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto. La atención esta centrada en sus clientes, es fundamental mantener un doble flujo de comunicación. Recibir información sobre las variaciones en la dinámica del contexto socio político y económico en que desarrolla su labor, para poder definir su estrategia y sus políticas; y proyectar sobre el ámbito social una imagen de asociación fundada en información.

#### **4.2.1 Relación con el público**

La Asociación Gente Nueva se relaciona con el público a través de la prestación de los servicios que oferta como talleres, atención médica, participación técnica a instituciones y cooperantes internacionales.

Cuentan con una planta telefónica que es atendida por todos los trabajadores, debido a que no cuentan con recursos económicos para contratar a una secretaria, esto les afecta ya que hay personas que se han quejado de no ser atendidas adecuadamente, esto según observación del 15 de junio de este año.

En lo que se refiere a las Nuevas Tecnologías de la Comunicación –TICs- solo manejan la red social Facebook, pero no es utilizado debido a que desconocen el manejo técnico y tipo de información que pueden colocar en éste, indico el señor Audelio Ramírez, Administrador de AGN.

#### **4.2.2 Relación con instituciones**

AGN trabaja con el Programa Nacional de VIH del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, -MSPAS- al que apoyan con la promoción de la Campaña Nacional de “Hazte la Prueba de VIH” y también realizan un trabajo de incidencia y monitoreo para el cumplimiento de las acciones que debe realizar el MSPAS. Coordinan actividades de prevención con el Programa Nacional de VIH la Comisión Nacional de ITS, VIH y SIDA –CONASIDA-; así como organización de eventos conmemorativos como Cande Light, día en que se recuerda a las personas que fallecieron a causa del virus de inmunodeficiencia adquirida –VIH-.

**Redes y Comisiones.** La Asociación Gente Nueva participa en las siguientes comisiones y redes brindando apoyo técnico para la prevención de ITS, VIH y Sida.

- Asociación Alianza Nacional de Grupos de Personas con VIH, Guatemala
- Red Legal y su Observatorio de VIH y Población altamente Vulnerable (PEMAR), Guatemala
- Red de VIH de Petén, Izabal y Guatemala

- Coordinadora Departamental de Sida en Escuintla (CODESIDA)  
Guatemala

**Cooperantes internacionales** con estos tienen buena relación porque reciben apoyo económico para sostener los servicios que prestan en las distintas sedes, entre ellos están:

- Fondo Mundial
- Agencia Oficial de Desarrollo Social de la Iglesia Católica de Irlanda
- Grupo Temático Ampliado de ONUSIDA

**Organizaciones Internacionales.** AGN recibe apoyo técnico (información en prevención de ITS, VIH y Sida) y participa en reuniones de las siguientes organizaciones internacionales:

- Red Centroamericana y Latinoamericana de personas con VIH (REDCA Y REDLA), el Salvador.
- Red Centroamericana y República Dominicana de Prevención y Atención de ITS/VIH de Centro Penitenciarios (REDCARD) con sede en Honduras
- Coalición de las Américas de ONG de cárceles y encierro (COASCE) con Sede en Chile.

**Alianzas estratégicas.** AGN tiene una alianza con el Fondo Mundial, que le asignó recursos económicos para trabajar en prevención del VIH y Sida, gracias a este proyecto han elaborado materiales educativos y promocionales como trifoliales, mantas, bolsas, pachones y otros. El 8 de julio de este año le fue presentada una propuesta al Fondo Mundial para trabajar por tres años más en prevención, la respuesta la esperan para finales de octubre de este año.

**Proyecto Trocairé de la Agencia Oficial de Desarrollo Internacional de la Iglesia de Irlanda** se trabaja solo en la sede de Escuintla; está dirigido a la intervención de jóvenes escolares, amas de casa y personas que viven con VIH con temas de prevención y educación. También atiende a madres con VIH y les proporcionan leche maternizada para el bebé durante los ocho primeros meses de vida. Así como también proveen de leche y atol a las personas que son

diagnosticadas con VIH y están en proceso de recuperación de enfermedades oportunistas como la tuberculosis.

#### **4.2.3 Medios de comunicación**

El Director General y el Administrador; asisten con frecuencia a entrevistas en medios de comunicación, para informar métodos para prevenir el VIH. Sin embargo ninguno de ellos tiene capacitación en temas de comunicación y vocería según indicó Audelio Ramírez, administrador de AGN.

También, monitorean los medios radiales y de televisión para estar actualizados en noticias relacionados a la temática del VIH, para lo cual en la oficina del Administrador de la sede Central de AGN tiene un radio y televisión los cuales programa según los horarios de los noticieros para escuchar y ver las noticias.

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

La comunicación para el Desarrollo utiliza actividades participativas, medios y materiales para empoderar a la población, esto provocara que articulen y compartan sus experiencias, necesidades y problemas para que en conjunto tomen decisiones, formulen e implementen proyectos o programas que satisfagan sus necesidades y resuelvan sus problemas.

AGN trabaja a través de las capacitaciones para contribuir con los objetivos del milenio como prevenir el VIH por lo cual es importante establecer que conocimientos tiene y si aplica la comunicación para el desarrollo.

Para esto se les entrego un cuestionario que debían responder a la pregunta ¿conoce que es la comunicación para el desarrollo, si no y porquè? Las respuestas son:

**Gráfica 1 ¿conoce qué es la comunicación para el desarrollo?**



Fuente propia

El 100% respondió que no porque:

**Tabla 5 Respuesta a la pregunta sobre comunicación para el desarrollo**

Respuesta	Total	%
No conocen del tema	3	30
No han investigado	6	40
Investigarán	6	30

Fuente propia

Para validar estos resultados se realizó un taller el 07-08-13 en el que ellos debían de plasmar en papelógrafos el tipo de comunicación que utilizan en sus capacitaciones.

Se hicieron dos grupos, donde cada uno escribió y ejemplificó como trabajan sus talleres y capacitaciones, ambos evidenciaron desconocimiento en el tema CPD. El primer grupo lo representó la colocha que es educadora del área sur Escuintla quien relató lo siguiente:

“Me acerco a las personas y le comento acerca de que es el VIH, la forma que se transmite y los métodos de prevención, le entrego un tríptico que nosotros elaboramos y lo utilizamos para todas las poblaciones”, explicó Ofelia Santizó, educadora de Escuintla.

El siguiente grupo enfatizó que ellos realizan charlas informativas en las que explican que son las enfermedades de transmisión sexual y VIH. Y que el proceso de comunicación está el emisor, receptor y mensaje.

Como se evidencia AGN trabaja la comunicación tradicional en donde las personas son vistas como un recipiente donde reciben y almacenan información sin que ellos sean participes y que se les da la oportunidad de reflexionar y construir a partir de su contexto.

#### **figura 4 Taller de conocimientos en Comunicación para el Desarrollo**



Fuente propia

#### 4.4 FODA

El FODA es una herramienta que permitió establecer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Asociación Gente Nueva; para su elaboración participaron en una reunión el Director, Administrador, Representante Legal, Encargada de Educación y las dos Educadoras; así como Monitoreo y Evaluación de AGN.

**Tabla 6 FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocen la misión y visión de la Asociación.</li><li>• Entienden los objetivos del milenio para el 2015.</li><li>• Cuentan con un Plan Operativo Anual</li><li>• Poseen personería jurídica</li><li>• Tienen alianza con el Fondo Mundial.</li><li>• Planifican sus actividades.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Continuidad de los proyectos estratégicos con organizaciones</li><li>• Trabajan en días de asueto o feriado</li><li>• Apoyo técnico o asesorías para realizar acciones en prevención del VIH</li><li>• Renovar la cartera de servicios</li><li>• Recepción de más donativos para la prevención y empoderamiento de las personas con VIH</li><li>• Participación en Congresos internacionales</li><li>• Otras alianzas estratégicas</li><li>• Aprovechar el recurso humano de las comunidades para replicar el tema de prevención de VIH</li></ul>

Fuente propia

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algunas personas que laboran en AGN, no tienen sentido de pertenencia.</li> <li>• La sede central de AGN no tiene rótulos que la identifiquen.</li> <li>• No tienen capacitación en vocería.</li> <li>• Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación –TICs- solo manejan la red social Facebook, pero no es utilizado debido a que desconocen el manejo técnico y tipo de información que pueden colocar en éste.</li> <li>• El 90% integrantes están contratados por el Fondo Mundial es decir reciben un sueldo.</li> <li>• Dependen económicamente solo del Fondo Mundial.</li> <li>• Las educadoras no poseen técnicas de métodos de enseñanza y comunicación para el desarrollo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instalaciones de la sede central no son propias, alquilan y el Fondo mundial paga Q7,500 al mes.</li> <li>• AGN presentó al Fondo Mundial el proyecto de prevención del VIH 2014-2016 del cual depende la continuidad del apoyo económico de AGN.</li> <li>• No tiene un plan de comunicación y manejo de crisis.</li> <li>• No hay líderes para asegurar la continuidad de AGN.</li> <li>• Los y las integrantes de AGN son víctimas de estigma y discriminación, por ello no esta identificada.</li> </ul>

Fuente propia

#### 4.5 Análisis y pronóstico de la situación

Las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se realizaron en una reunión en la que participaron integrantes de AGN como se menciona con anterioridad.

**Tabla 7 Interpretación interna FODA**

No.	Variable	Fortalezas	Debilidades
1.	Cultura	Personal conoce la visión misión y objetivos del milenio	Comprenden la Visión, Misión y Objetivos del milenio pero no tienen sentido de pertenencia.
2.	Desarrollo humano	Las educadoras conocen el tema de VIH, así como los integrantes de AGN	No se capacitan en métodos de enseñanza en comunicación para el desarrollo.
3.	Comunicación	Les gustaría capacitarse en temas de comunicación para el desarrollo.	No se han capacitado en comunicación para el desarrollo.

Fuente propia

**Tabla 8 Interpretación de la comunicación externa del Foda**

<b>NO.</b>	<b>Variable</b>	<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidad</b>
1	Estrategia	Están en búsqueda de nuevas alianzas estratégicas	Dependen del Fondo Mundial
2.	Imagen	Tienen materiales educativos y promocionales en prevención del VIH	Utilizan los mismos materiales para todas las poblaciones que atienden y no validan los materiales con su público meta

Fuente propia

## 4.6 Factores influyentes: Indirectos y Directos

### Factores Indirectos

Son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema, entre ellos se puede mencionar:

**Económicos:** Los únicos recursos con los que cuentan son con los del Fondo Mundial, lo cual les preocupa, según indicó Audelio Ramírez, administrador en entrevista realizada el 26-06-2013.

**Sociales:** Las personas que viven con VIH son discriminadas, es por ello que la Asociación Gente Nueva, ubicada en la zona 1 no está identificada por temor a ser agredidos.

### Factores Directos

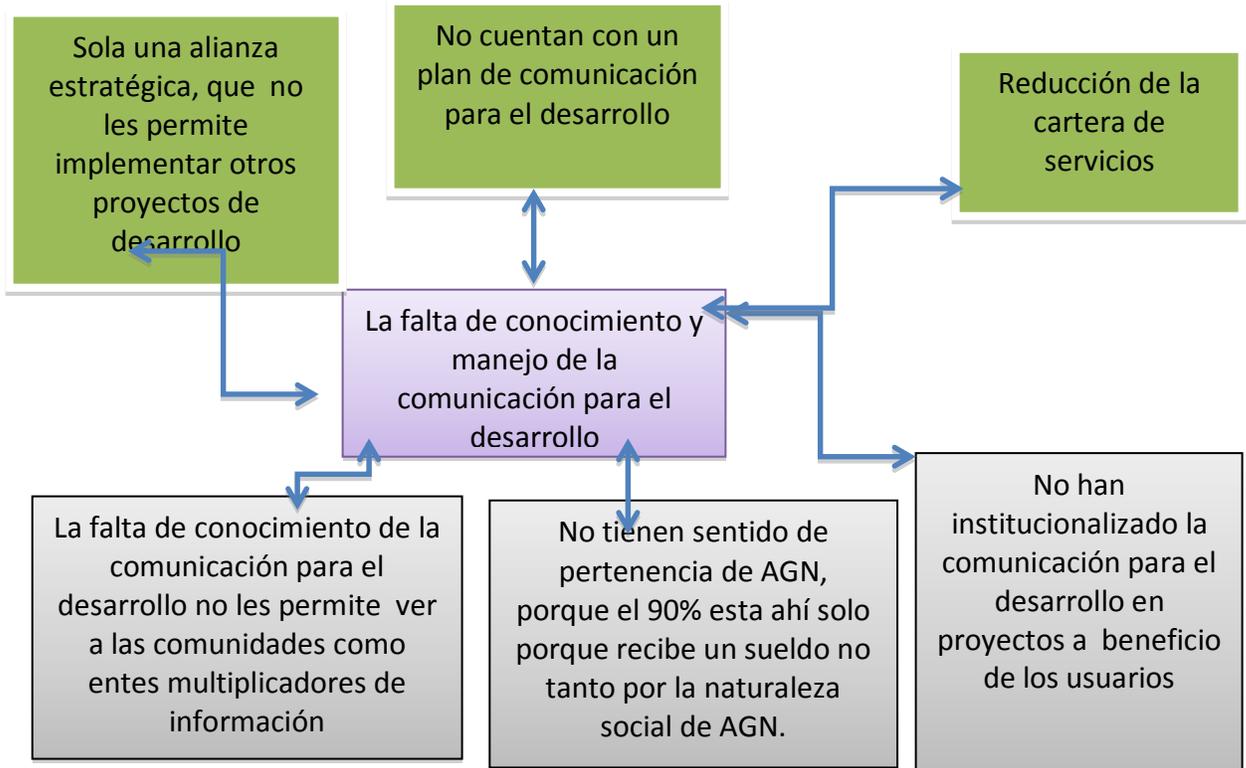
Para la determinación del problema se entrevistó al director, administrador y la educadora.

**Falta de pertenencia,** esto impide la proyección de nuevos directivos de la Asociación Gente Nueva, por lo que está en riesgo la continuidad de esta. Debe iniciarse con una cultura de pertenencia para detectar y determinar a los futuros directivos de AGN.

**Falta de empoderamiento:** resalta la falta de conocimientos en comunicación para el desarrollo, que se evidencia, en la aplicación de la comunicación tradicional.

## 4.7 Árbol del Problema

Figura 5 Árbol del problema



Fuente propia

#### 4.8. Definición de prioridades comunicacionales y situaciones ideales

Las prioridades de comunicación las determinó el cuestionario que se les entregó a los integrantes de la Asociación Gente Nueva.

**Tabla 9 Prioridades de comunicación y situaciones ideales**

<b>Prioridades comunicacionales</b>	<b>Situaciones ideales</b>
El 100% desconoce que es la comunicación para el desarrollo	El 90% conoce que es la comunicación para el desarrollo.
Empoderamiento en comunicación para el desarrollo.	El 80% de los y las integrantes esten capacitados en temas de Comunicación para el desarrollo y aplicación.
Creación de una estrategia de comunicación para el desarrollo.	Tienen una estrategia de comunicación para el desarrollo que aumenta las alianzas estrategias, para la implementación de nuevos proyectos de desarrollo.

Fuente propia

#### **4.9 Funciones de la comunicación**

La comunicación es el producto de la interacción entre las personas y es determinante el conocimiento mutuo para el éxito de la misma. La comunicación es una función social. El comportamiento de las personas, los grupos y la comunidad permiten intercambiar ideas, opiniones, sentimientos e intereses, para comunicarse.

La comunicación está inmersa en la cultura de las personas. Las actitudes, motivaciones, intereses, nivel educacional, profesión, capacidad, experiencia, sexo, tipo de pensamiento predominante y las competencias influyen en la calidad de las comunicaciones.

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 los conflictos; a través de crear un clima de identificación y participación de todos sus integrantes para poner en práctica las decisiones que se determinen en conjunto.

En el caso de la Asociación Gente Nueva, una parte del personal no se identifica, no tiene el sentido de pertenencia, este se puede solucionar empleando procesos de comunicación e implementando una estrategia de comunicación interna que promueva y genere sentido de pertenencia, con lo que se logrará el involucramiento para generar nuevos proyectos de desarrollo.

Sólo a través de la comunicación los beneficiarios de un proyecto se convertirán en protagonistas, asegurando el éxito de los programas que ejecuten o implementen a futuro para asegurara la continuidad y desarrollo de los proyectos que se trabajan en AGN.

Es por ello, importante la capacitación en comunicación para el desarrollo a los integrantes de Asociación Gente Nueva.

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.

En este aspecto, la Asociación Gente Nueva depende únicamente de los recursos económicos que aporta el Fondo Mundial; cabe resaltar que se eliminó la cartera de servicios médicos como se menciona con anterioridad debido a que les fue retirado el apoyo económico del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

Es necesaria la implementación de una estrategia comunicacional que proporcione directrices de cómo fortalecer y promover la búsqueda de nuevos socios y aliados para aumentar los programas de desarrollo que beneficien a la población meta de AGN.

La comunicación implica cambios y nuevas formas de actuación de los y las integrantes de AGN como:

- El 90% aplica la comunicación para el desarrollo en los talleres y capacitaciones.
- El 80% de las y los educadores validan los materiales de prevención.
- El 95% de las capacitaciones de AGN son participativas y generadoras de diálogo.

## **Capítulo 5**

### **Propuesta de Estrategia de Comunicación para el Desarrollo**

#### **5.1 Justificación**

La comunicación para el desarrollo se rige por principios y valores que parten de una concepción liberadora del potencial de las personas, para ser los artífices de su propio destino y transformar su realidad.

Se encamina a generar pensamiento no sólo a difundir conocimiento, no basta describir la realidad esta se debe modificar y ese es el indicador de éxito de los procesos la transformación de la realidad comunicacional.

En el caso de la Asociación Gente Nueva, ellos están bajo la cobertura del Fondo Mundial, por lo que están amarrados los objetivos del milenio que se deben cumplir en el 2015.

Los mensajes y capacitaciones de prevención de VIH aún lo hacen de manera tradicional impartiendo volantes, trifoliales y acercándose a la gente para brindar información de prevención y uso de métodos de barrera.

Por lo anterior la estrategia de comunicación esta encaminada, primero a que las y los integrantes de la Asociación Gente Nueva (AGN) conozcan, valoren e implementen la comunicación para el desarrollo.

## **5.2 Objetivos de la estrategia**

### **5.2.1 General:**

Promover y valorar la comunicación para el desarrollo como un proceso de diálogo e intercambio que contribuye al cambio social enfocándolo a atender a los distintos grupos con los que trabaja Asociación Gente Nueva.

### **5.2.2 Específico:**

Construir de manera institucional su propio compromiso con respecto al tipo de comunicación que se desea trabajar en Asociación Gente Nueva.

Aplicar el modelo de comunicación para el desarrollo en el marco de la promoción de la participación ciudadana en la prevención de VIH.

## **5.3- Público:**

Las y los integrantes de Asociación Gente Nueva de la sede central.

### **5.3.1 Problema:**

Desconocen la comunicación para el desarrollo y por lo tanto no la utilizan como vehículo para alcanzar los objetivos de reducción de casos de VIH a través de la prevención. Tiene una inadecuada apropiación social y cultural de las propuestas de comunicación y ven a las personas como objeto no como ente multiplicador de información.

#### **5.4 Propuesta:**

La comunicación para el desarrollo se fundamenta en promover que los cambios sean resultados de la participación de las personas que sufren los problemas, para ello no basta con seguir recetas, hacer campañas o persuadir a cambio de comportamiento.

**5.4.1 Matriz de Coherencia, estrategia de comunicación**

**Tabla 10 Matriz de coherencia**

<b>Objetivo General</b>	Promover y valorar la comunicación para el desarrollo como un proceso de diálogo e intercambio que contribuye al cambio social enfocándolo a atender a los distintos grupos con los que trabaja Asociación Gente Nueva.
<b>Objetivo específico</b>	Construir de manera institucional su propio compromiso con respecto al tipo de comunicación que se desea trabajar en Asociación Gente Nueva.
Aplicar el modelo de comunicación para el desarrollo en el marco de la promoción de la participación ciudadana en la prevención de VIH.	

Problema	Objetivo de comunicación	Producto	Mensaje	Interlocutores	Resultado esperado	Medio	Presupuesto
Desconocen la comunicación para el desarrollo y no la utilizan como vehículo para alcanzar los objetivos de la reducción de casos de VIH/Sida a través de la prevención.	Sensibilizar a las y los integrantes de la Asociación Gente Nueva sobre la importancia de utilizar la comunicación para el desarrollo	Taller participativo	Reflexivo	Integrantes de Asociación Gente Nueva, administrador, educadoras, coordinadora de educación, y monitoreo y evaluación.	Que los participantes plasmen la comunicación para el desarrollo en temas de prevención de VIH	Taller, convivencia, papelógrafos y ejemplos.	Q170.00

<b>Problema</b>	<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Producto</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Interlocutores</b>	<b>Resultado esperado</b>	<b>Medio</b>	<b>Presupuesto</b>
	Consolidar el aprendizaje de comunicación para el desarrollo	Bifoliar como documento de mediación pedagógica	Educativo, participativo	Todos los integrantes de Asociación Gente Nueva	A través de esté ellos podrán aplicar el modelo a cualquiera de los grupos objetivos a los cuales llegan	Bifoliar con el modelo de comunicación para el desarrollo y su aplicación	Q30.00
	Evaluar y validar el material que utilizan para la prevención y educación sobre los temas de VIH en los distintos grupos a los que llegan.	Guía de validación y construcción de materiales que AGN usa en el tema de prevención dirigido a los distintos grupos que cubren	Reflexivo, educativo y participativo	Participación con un grupo de 10 amas de casa para la construcción de un mensaje de prevención de VIH	el mensajes difundido al sujeto colectivo puede reconocerse en él y apropiarse aún cuando no participó directamente en la construcción	Taller participativo de construcción de mensajes de prevención	Q80.00

**5.4.2 Propósito clave:** utilizar la comunicación para facilitar los esfuerzos de las y los integrantes de Asociación Gente Nueva para lograr el bienestar individual y colectivo del grupo objetivo que ellos persiguen.

**Líneas de acción**

- 1- Sensibilizar a las y los integrantes de Asociación Gente Nueva sobre la importancia de utilizar la comunicación para el desarrollo.
- 2- Consolidar el aprendizaje a través de un documento de mediación pedagógica que refuerce lo aprendido
- 3- Validar el material que utiliza AGN para la prevención y educación sobre los temas de VIH en los distintos grupos a los que llegan.

**Línea de acción 1. Taller de sensibilización y comunicación para el desarrollo**

**Objetivo:** Sensibilizar a integrantes de Asociación Gente Nueva en el tema de Comunicación para el desarrollo

**Tabla 11 Línea de acción 1, sensibilizar en el tema de Cpd a AGN**

Explicación	Indicadores de éxito	Acciones de comunicación	Mecanismo de verificación	Teoría en la que se fundamenta
Taller participativo	Que los integrantes plasmen la comunicación para el desarrollo en temas de VIH/Sida	Recoger experiencias a través de preguntas a los asistentes de que metodología utilizan para informar sobre temas de VIH/sida	A través de papelógrafos los integrantes de AGN participan para calificar a cada grupo sobre si se utilizó o no la comunicación para el desarrollo	“La educación es comunicación, es diálogo en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores  Paulo Freire/ comunicación y extensión

Contenido:

¿Qué es comunicación?

Se hace referencia al intercambio de información verbal y no verbal y a la utilización de medios técnicos como televisión, radio, cine, Internet o material impreso.

**Figura 6 Modelo tradicional de comunicación**



Fuente: (UNICEF, [www.unicef.org](http://www.unicef.org))

- ¿Qué el papel primordial de la comunicación es la transmisión de mensajes?.
- Es lineal, enfatiza en las situaciones de emisión y recepción, privilegiando el papel del emisor.
- Es un modelo vertical que asume un orden jerárquico de arriba hacia abajo.
- La intención de quienes emiten es lograr sus propios objetivos sin considerar los puntos de vista de quien recibe el mensaje, dejando al receptor un espacio muy reducido para recibir y responder.

**Figura 7 Modelo participativo**



Fuente: Centro de Comunicación voces nuestras

Considera el proceso de comunicación como sinónimo de diálogo, horizontalidad, puesta en común, aprendizaje.

- Ubica a emisores y receptores en igualdad de condiciones, en donde ambos conviven para reconocer su historia, identidad, necesidades e intereses y así involucrarse en la creación de sus propias respuestas.
- Facilita el intercambio de los diferentes actores y sectores que forman la sociedad.

**Metodología:** Material didáctico, dibujo de una locomotora, con vagones que invitaba a los asistentes a un viaje a través de la Comunicación Para el Desarrollo.

El boleto para abordar el tren del desarrollo, eran las ganas de aprender, poner en práctica y una mente abierta para descubrir la importancia de un modelo de comunicación participativa que implementado en los distintos grupos que cubren, podrán llegar a más personas en el tema de prevención.

Durante el desarrollo la locomotora representaba el modelo de comunicación para el desarrollo como el vehículo que ayudará a llegar a cumplir los objetivos del milenio.

El primer vagón mostraba la diferencia entre un modelo tradicional de comunicación y la comunicación para el desarrollo, el siguiente plasmaba los componentes que de esta nueva forma de hacer llegar los mensajes.

El otro revelaba la importancia de la participación de receptor que en este modelo donde no era un ente que solo escucha sino que también transformaba su realidad a través del diálogo, el emisor o el capacitador no asume que quien recibe el mensaje desconoce la temática, por eso es esencial escuchar al receptor antes de enviar cualquier mensaje.

Al final se formó el tren con siete vagones y cada uno iba lleno de la esencia de la comunicación para el desarrollo y como se puede aplicar en las distintas áreas que cubre Asociación Gente Nueva.

Luego se realizó la validación del taller donde los participantes plasmaron la comunicación para el desarrollo en temas relacionados al VIH y los distintos grupos que atienden.

Se hicieron parejas y cada una tomó un grupo a los que atienden, utilizaron los papelógrafos para plasmar una situación y como sería la planificación de abordarlos en temas de VIH.

Al finalizar cada pareja expuso el tema y el modelo de comunicación para el desarrollo y los demás participantes calificaron si estaba bien o mal o aportaron que elemento hacía falta para que fuera una comunicación participativa.

Al final de la exposición se pasó un cuestionario a los asistentes para que evaluaran el taller impartido, se despejaron las dudas y se conoció sus impresiones en las cuales están de acuerdo implementar esta metodología en todos los temas de prevención hacia los distintos grupos que atienden.

### **Resultados esperados**

- Los integrantes de Asociación Gente Nueva, implementan el modelo de comunicación para el desarrollo.
- Las capacitaciones que imparta AGN, serán generadoras de dialogo entre emisor y perceptor.
- Emplean la comunicación para el desarrollo como un vehículo para alcanzar los objetivos del milenio.

**Tabla 12 Presupuesto, primera línea de acción**

<b>Insumos</b>	<b>Utilidad</b>	<b>Costo</b>
5 pliegos de papel Manila, marcadores, crayones y tape	Planificar los mensajes de prevención utilizando la comunicación par el desarrollo	Q 60.00
Impresión de tren para la presentación, serie de papel arcoiris.	Material pedagógico para enseñar sobre el modelo de comunicación para el desarrollo	Q80.00
Galletas y jugos	Refacción para convivencia después del taller	Q30.00
	<b>Total</b>	<b>Q170.00</b>

Fuente propia

## Validación

**Tabla 13 Validación de la primera línea de acción**

Pregunta	Bueno	Excelente	%	Análisis
¿Comprendió la comunicación para el desarrollo y su importancia?	4	8	70%	La mayoría entendió la necesidad de participación y dialogo como base para generar la comunicación para el desarrollo
¿Incrementó su conocimiento?	1	11	90%	Determino que con la actividad les quedo mas claro la comunicación para el desarrollo
¿Es útil y se aplica lo aprendido para la institución?	3	9	83%	La mayoría aseguro que con este taller pueden replicar lo aprendido en los talleres que imparte AGN

Fuente propia

Al finalizar la actividad los asistente evaluaron el taller a través de un cuestionario y se genero dialogo sobre la actividad, ellos se mostraron complacidos y con deseos de saber más sobre la comunicación para el desarrollo y su aplicación en las actividades que ellos realizan, además construyeron su propia guía para compartirla con las demás sedes de cómo se hace la comunicación participativa.

**Línea de acción 2 Documento de mediación pedagógica que refuerce los conocimientos de comunicación para el desarrollo**

Objetivo: Construir un bifoliar para consolidar el aprendizaje de comunicación para el desarrollo

**Tabla 14 Línea de acción 2, documento de mediación pedagógica**

Explicación	Indicadores de éxito	Acciones de comunicación	Mecanismo de verificación	Teoría en la que se fundamenta
A finalizar el taller elaboran un bifoliar con los conceptos básicos para la aplicación de la comunicación para el desarrollo	A través del bifoliar aplicaran la comunicación para el desarrollo a las actividades que realizan a cualquiera de los grupos objetivos a los cuales llegan.	La imagen del bifoliar es la misma que se utilizó para impartir el taller y que invita a todos a subirse al tren para alcanzar los objetivos del milenio	Con el documento de mediación pedagógica lo utilizaran como guía para aplicar la comunicación para el desarrollo en los mensajes de prevención a los distintos grupos.	“Toda mediación es capaz de promover construir conocimiento y apropiarse de los saberes. El objetivo de llevar material atractivo, dinámico que no estén sentados en el tema a desarrollar más sino en la construcción paralela que hagan los educando a partir del contenido. Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto/ Mediación Pedagógica.

Fuente propia  
figura 8 Bifoliar de comunicación para el desarrollo validado



Fuente propio  
figura 9 Interior del bifoliar validado

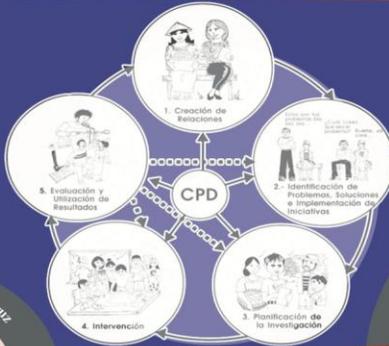
## ¿Qué es comunicación para el desarrollo?



### Modelo participativo

- ① Considera el proceso de comunicación como sinónimo de diálogo, horizontalidad, puesta en común, aprendizaje.
- ② Ubica a emisores y receptores en igualdad de condiciones, en donde ambos conviven para reconocer su historia, identidad, necesidades e intereses y así involucrarse en la creación de sus propias respuestas.
- ② Facilita el intercambio de los diferentes actores y sectores que forman la sociedad.

## ¿Cómo aplicar la comunicación para el desarrollo en los proyectos de AGN?



Creación y diseño: AGN / Leonel Cruz

Fuente: Centro de Comunicación Voces Ajustadas

**Metodología:** Ellos establecieron el contenido del bifoliar a través de lo aprendido en el taller de sensibilización de comunicación para el desarrollo y reforzar el conocimiento adquirido en dicha actividad.

El contenido del documento comparte la importancia de la comunicación para el desarrollo, la participación de toda la comunidad y un modelo sencillo de cómo se hace este tipo de mensaje.

Ellos decidieron que el bifoliar fuera una guía para hacerla llegar a las demás sedes de AGN en el país y así todos los integrantes repliquen la comunicación para el desarrollo en sus capacitaciones de prevención y que el diseño fuera amarrado con el diseño de la locomotora y los colores que seleccionaron fueron los de su logotipo.

**figura 10 Las educadoras proponen la construcción del bifoliar como documento de apoyo**



Fuente propia

**Tabla 15 Presupuesto de la línea de acción 2**

Insumos	Utilidad	Costo
Elaboración e impresión de un bifoliar	Consolidar el modelo de comunicación para el desarrollo	Q 30.00
	Total	Q30.00

Fuente propia

**Línea de acción 3 Elaboración de guía de validación**

Objetivo: Validar los materiales que utilizan para la prevención y educación sobre los temas de VIH

**Tabla 16 Línea de acción tres, ¿cómo validar los materiales que utilizan para la prevención y educación en la tematica de VIH**

Explicación	Indicadores de éxito	Acciones de comunicación	Mecanismo de verificación	Teoría en la que se fundamenta
Guía de validación de los materias que AGN usa en el tema de prevención dirigido a los distintos grupos que cubren.	El mensaje difundido, al sujeto colectivo puede reconocerse en él, identificarse con él y apropiarse aun cuando no haya participado directamente en su producción.	Aplicación de guía de un producto de comunicación.	En papelografos expresaron como los aspectos deben contemplarse al momento de validarse los productos de comunicación	“Recoger la experiencias de los destinatarios, seleccionarlas ordenarlas y organizarlas y ,a si estructuradas, devolvérselas, de tal modo que ellos pueden hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas.  Mario Kaplún/Una pedagogía de la comunicación.

Fuente propia

**Contenido:** La importancia validar los trifoliales para construir el conocimiento desde el contexto del público objetivo, a través de la participación y el diálogo. Se utilizaron los criterios de validación que menciona la mediación pedagógica en el libro Educación Popular de Gutiérrez y Prieto.

- **Criterios de validación:**
  - Claridad de comprensión
  - Identificación cultural
  - Formato
  - Narrativa y belleza
  - Producción de mensajes

**Metodología:** Se realizó una mesa de diálogo con la coordinadora de educación, el supervisor de educadoras a nivel nacional, y 2 educadoras una de la sede central y otra de Zacapa.

En esta se recogieron experiencias de las educadoras cuando entregan los trifoliales y que hacen quienes los reciben.

Así mismo se generaron preguntas hacia los asistentes de cómo les parecía la presentación del documento, si se identificaba culturalmente con el grupo objetivo al cual van, que le cambiarían.

Luego los asistentes en conjuntos elaboraron una guía de preguntas para validar los trifoliales con los grupos objetivos con los cuales trabajan.

A continuación guía de validación de materiales de prevención de VIH.

**figura 11 Elaboración de guía de validación por los educadores**



Guía de validación de materiales  
de prevención en VIH



Figura 12 Guía de validación

No.	Aspecto	Calificación			
		Excelente (muy bien)	Aceptable (normal, bien)	Regular (más o menos)	¿Qué debe mejorar?
1	Formato/gráficos: ¿Considera adecuada las ilustraciones que aparecen en el trifoliar?				
2	Formato/mensaje: ¿Se comprende el mensaje dentro del trifoliar?				
3	Mensaje/ comprensión: ¿De qué se trata el mensaje que se quiere dar?				
4	Formato/ presentación ¿Considera que los colores y el diseño es atractivo?				
5	Formato/presentación ¿Es aceptable el trifoliar para las amas de casa?				
6	Formato/participación Converse sobre que le cambiaría usted al trifoliar o que le agregaría				
7	¿En qué material y forma le gustaría que le presentaran la información? Explique				

Fuente AGN

**Tabla 17 Presupuesto de línea de acción tres**

Insumos	Utilidad	costo
Pliegos de papel Manila, revistas usadas, marcadores, crayones y tape	Construcción de guía de validación para materiales de prevención que utiliza AGN	Q 30.00
Galletas y jugos	Refacción para convivencia después del taller	Q30.00
	Total	Q60.00

Fuente: Propia

**Resultados esperados**

Los integrantes de Asociación Gente Nueva, conocen como validar materiales de prevención.

- Cada uno de los participantes replicara lo aprendido.
- Construyen mensajes de forma participativa.

**Tabla 18 Cronograma para la implementación de estrategia**

Actividades	Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	1	4
Taller de conocimientos de comunicación, diagnóstico participativo								
Taller Comunicación para el Desarrollo								
Elaboración de bifoliar para consolidar aprendizaje en comunicación para el desarrollo								
Guía de materiales que utiliza AGN en prevención de VIH								

### **5.4.3 Validación de la propuesta**

La propuesta fue presentada el 7 de septiembre durante una reunión con los directivos de la Asociación Gente Nueva Hugo Valladares Director General de AGN, Audelio Ramírez, administrador y Evelyn Lucas encargada de Educación quienes estuvieron abiertos para conocer más a fondo.

Las tres líneas de acción de la estrategia de comunicación para el desarrollo están centradas en que todos los integrantes conocieran el modelo de comunicación participativa, lo utilizaron en todos los talleres, capacitaciones y congresos en temas de prevención de VIH de acuerdo a cada grupo con el que trabajan.

Así mismo el documento de mediación pedagógica y bifoliar les ayudara a implementar el modelo de comunicación para el desarrollo e integrar todos los elementos. La construcción de los mensajes se realizó con base a la comunidad, creencia, cultura de cada grupo al cual se dirige.

Con esta estrategia se perseguía que todos los integrantes de la Asociación Gente Nueva abordaran el tren como vehículo para alcanzar los objetivos del milenio.

#### 5.4.4 Plan de Monitoreo y evaluación

**Tabla 19 Monitoreo y evaluación**

Producto	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos	Medios de verificación
Taller de sensibilización de comunicación para el Desarrollo	100 % de los asistentes están de acuerdo en implementar el modelo de desarrollo en los próximos talleres de prevención.	Los participantes después del taller en el ejercicio plasmaron el modelo de comunicación para el desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diálogo entre los participantes y el facilitador.</li> <li>• Evaluación del taller a través de un cuestionario</li> </ul>
Bifoliar, documento de mediación pedagógica	El 70% utilizó el documento de mediación pedagógica para realizar su exposición. 90% de los asistentes participaron en la validación y evaluación de sus compañeros.	Utilizaron el documento como guía durante la exposición e implementan el modelo en las capacitaciones de prevención	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista al supervisor de capacitadores sobre la implementación del modelo participativo en los distintos talleres, quienes lo están poniendo en practica.</li> <li>• Evaluación a través de un cuestionario</li> </ul>
Taller para elaborar guía de validación	El 80% utiliza la guía para validar otros materiales	Utilizaron la guía para validar materiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diálogo y construcción a través de paleógrafos.</li> </ul>

Fuente: Propia

## Capítulo 6

### 6.1. Validación

AGN realizó el 20 de septiembre un taller con amas de casa en el que abordó la temática de VIH, este fue impartido por Evelyn Lucas, coordinadora educativa. Para establecer si aplicaron la Comunicación para el Desarrollo, se realizó una guía de validación.

Guía de validación del taller Prevención del VIH  
impartido por AGN a amas de casa

<b>Aspecto</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Observaciones</b>
Se generó el diálogo entre las amas de casa	X		
Participaron todas las amas casa durante el taller	X		
Se recabaron las experiencias de las participantes en el tema de ITS y VIH	X		
Las participantes proporcionaron ejemplos de lo que para ellas es el VIH	X		
Validaron las amas de casa el material impartido por la educadora	X		
Construyeron el mensaje a partir de la realidad de las amas de casa	X		

Fuente propia

## 6.2. Implementación

AGN implemento la Comunicación para el Desarrollo el 20 de septiembre de este año; debido a que se generó el diálogo entre las participantes. El taller inició de la siguiente forma:

Preguntas:

- ¿Saben que son las Infecciones de Transmisión Sexual –ITS- y VIH?
- ¿Conocen las ITS)
- ¿Cómo se previenen las ITS y VIH?
- ¿Qué harían si tuviesen una ITS o VIH?

También las amas de casa validaron el material informativo como el trifoliar de ITS y VIH de AGN. Durante esta actividad las participantes dieron sus opiniones y sugerencias de cómo les gustaría que se presentaran los materiales educativos y el contenido de los mismos. Con esto se logró generar el diálogo y la construcción desde su realidad, los mensajes de prevención de ITS y VIH.

En cuanto a la presentación del mensaje coincidieron todas que un trifoliar no les es atractivo y de utilidad, por lo cual lo desechan y sugirieron que el mensaje de ir en accesorios que ellas utilizan, entre las sugerencias están:

- Recetario de platillos tradicionales del país, donde en una esquina se colocaran consejos de prevención de ITS y VIH.
- Un especiero que contenga etiquetas con mensajes de prevención
- Un pintalabios, para recordarles que tienen que pedir a su pareja que se protejan.
- Set de higiene personal que contenga los mensajes de información y prevención ITS y VIH
- Recipiente hermético, que en la tapadera incluya mensajes de prevención
- Toallas para secar platos o las manos, con información de ITS y VIH

- Bolsa de mano o cosmetiquera; que al abrirla contenga la información y que incluya toallas sanitarias y condón masculino y femenino.

Para establecer el material, realizaron una votación y eligieron la cosmetiquera y el especiero.

El mensaje para la bolsa sería:

**Parte frontal:** ¿Sabes cómo protegerte y qué son las ITS Y VIH?

**Parte interior 1:** ITS son las que se adquieren por relaciones sexuales sin protección

**Interior 2:** El VIH es el Virus de Inmunodeficiencia Humana bajo o anula las defensas del organismo

**Interior 3:** Para prevenir las ITS y VIH usa siempre y bien el condón  
Pasos de cómo utilizar el condón

**Parte exterior:** ¡Tu decides tu futuro, protégete!

**figura 13 Taller de AGN de prevención de ITS y VIH con amas de casa**



Fuente propia

figura 14 Diseño de cosmetiquera para validación



#### **6.4. Resultados a Futuro**

Continúan implementándola Comunicación para el Desarrollo en las capacitaciones para contribuir a alcanzar los Objetivos del Milenio como es la prevención de VIH público al que llegan son entes replicadores y la prevención.

Que repliquen el modelo de Comunicación para el Desarrollo en las sedes de Escuintla, Izabal y Petén de AGN.

Que AGN construya los materiales de prevención de forma participativa y desde el contexto de las distintas poblaciones metas con las que trabajan como:

- Personas con VIH
- Mujeres trabajadoras sexuales
- Hombre que tienen sexo con hombres
- Personas privadas de libertad
- Parejas de las y los privados de libertad
- Jóvenes en riesgo social
- Jóvenes escolarizados
- Hombres en conducta de riesgo
- Personal de salud
- Niños expuestos o hijos de madres con VIH
- Líderes comunitarios
- Personas con discapacidad
- Parejas de mujeres trabajadoras sexuales

## Conclusiones

1. Para generar una comunicación para el Desarrollo es necesario que los integrantes de la Asociación Gente Nueva, conozcan el proceso y manejo de una comunicación efectiva dentro de la institución.
2. Esta metodología se construye en la definición de comunicación que la explica como un proceso interactivo caracterizado por el intercambio de ideas, información, puntos de vista, experiencias entre personas y grupos.
3. Es un proceso de doble vía donde la gente es una valiosa fuente de información y de ideas a la cual es importante escuchar.
4. Se requiere una actividad cooperación mental de todos aquellos involucrados hasta alcanzar el entendimiento y una conciencia común. Este es un proceso en el cual todos los participantes deciden conjuntamente cual será el plan de acción.
5. En el contexto del desarrollo, este enfoque de comunicación presupone que todos los actores son iguales.
6. Se necesita de talleres participativos donde a través de estos se sensibilice, comprendan y apliquen la comunicación para el desarrollo para así alcanzar los objetivos del milenio y la visión y misión de la institución.
7. Al mejorar la comunicación en la sede central esto se puede replicar en las demás sedes departamentales y así llegar a muchas más personas a través de mensajes claros, precisos, participativos que integren a todos los actores.
8. Durante las capacitaciones se deberá elegir un grupo de personas que sean las encargadas de alimentar las redes sociales con mensajes de prevención sobre el VIH y dar a conocer la asociación con los internautas, que es otro grupo descuidado por AGN.

## Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones son para la Asociación Gente Nueva.

- Continuar con la construcción de mensajes de prevención desde la realidad del público con el que trabajan.
- Generar siempre el diálogo y las propuestas para toma de acciones de la población para dar soluciones a sus problemas.
- Establecer la comunicación para el desarrollo, dejando que las personas que padecen o sufren el problema sean quienes construyan los mensajes de prevención y se promueva la participación de los mismos.
- La comunicación para el desarrollo debe incentivar a la construcción de mensajes sin persuadir ni manipular a quienes lo reciben.
- Los educadores deben ser solamente facilitadores de información, en la Comunicación para el Desarrollo.
- Los talleres y capacitaciones impartidas por AGN deben basarse en el modelo de Comunicación para el Desarrollo y extenderse a las sedes de Izabal, Petén y Escuintla.

## Referencias bibliográficas

1. García González, Jorge Gerardo. 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. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Departamento de Postgrado. 118 p
2. Freire Paulo. 1984. ¿Extensión o comunicación?, La concientización en el medio rural. México España Argentina Colombia. Siglo Veintiuno. 109 p
3. \_\_\_\_\_. 1969. La educación como práctica de libertad. España. Editores. Madrid Siglo Veintiuno. 150 p
4. \_\_\_\_\_. 1977. Pedagogía del Oprimido. Colombia. Editorial América Latina. 232 p
5. Gutiérrez, Francisco y Daniel Prieto. 1994. Mediación Pedagógica para la Educación Popular. Costa Rica. Colección RNTC.179 p
6. Kaplún, Mario. 2002. Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular). Cuba. Editorial Caminos. 246 p

## **E-grafías**

1. Consenso de Roma. Octubre 2006. Comunicación para el Desarrollo.  
<http://www.comminit.com>. Obtenido.
2. *Decreto 33-2011 del Congreso de la República. Ley del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal 2011.*[www.dip.mindef.mil.gt](http://www.dip.mindef.mil.gt). Obtenido el 5 de julio de 2013.
3. Objetivos de Desarrollo del Milenio. Naciones Unidas. (Documento PDF)  
<http://www.un.org>. Obtenido el 15 de agosto de 2013.

## **Anexos**

## Anexo 1. Guía de preguntas

**Guía de preguntas para entrevista a** Hugo Rolando Valladares, Directo Audelio Ramírez Gerente Administrativo y Evelyn Lucas Encargada de Educación de Asociación Gente Nueva para determinar situación de comunicación en dicha entidad



**Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**Maestría en Comunicación para el Desarrollo**  
**Curso: Evaluación de las Comunicaciones Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel**  
**Guía de preguntas para entrevista**

Pregunta	Descripción de respuesta	Objetivo al que corresponde
¿Cuántas personas laboran en Gene Nueva?		
¿Cómo surge la asociación?		
¿Cuál es el reto mas importante?		
¿Cuáles son las prioridades?		
¿Tienen el apoyo de organizaciones e instituciones y quiénes son?		
¿Cómo se sostienen la asociación?		

¿Cuentan con un plan de trabajo anual?		
¿Tienen manual de convivencia?		
¿Realizan memoria de labores?		
¿Tienen sistematizado resultados de trabajo que realizan?		
¿Han realizado producción de material educativo en prevención?		
¿Cuentan con recursos asignados a material educativo en prevención?		
¿Han reproducido documentos o textos de producción?		
¿Cuál es la preocupación más importante?		
¿Qué propuestas están realizando?		
¿Conocen y manejan la comunicación para el desarrollo?		

## Anexo 2. Cuestionario



**Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la  
Comunicación  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo  
Curso: Evaluación de las Comunicaciones Docente: M.A. Ana Elisa Gudiel**

### Cuestionario

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

Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_ Profesión u oficio: \_\_\_\_\_

Tiempo de pertenecer a AGN \_\_\_\_\_ Cargo en AGN \_\_\_\_\_

1. ¿Conoce que es la comunicación interna? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
¿Por qué?

\_\_\_\_\_

2. ¿Es importante para usted la comunicación interna? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
¿Por qué?

\_\_\_\_\_

3. ¿Sabe que es la comunicación externa? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
¿Por qué?

\_\_\_\_\_

4. ¿Es importante para usted la comunicación externa? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
¿Por qué?

\_\_\_\_\_

5. ¿Conoce que es comunicación para el desarrollo? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
¿Por qué?

\_\_\_\_\_

6. ¿Sabe cuál es el proceso adecuado de la comunicación? Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_  
¿Por qué?

---

7. ¿Le gustaría capacitarse en temas de comunicación? Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_  
¿Por qué?

---

8. ¿Se identifica con la misión, visión y objetivos de Asociación Gente Nueva?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ ¿Cómo se identifica \_\_\_\_\_

9. ¿Cree que la Asociación Gente Nueva se puede fortalecer a través de la comunicación para el desarrollo? Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Explique cómo? \_\_\_\_\_

10. ¿Qué actividades realiza con más frecuencia?

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

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

Elaboración de informes de actividades de AGN \_\_\_\_

Convivir con los y las compañeras \_\_\_\_

Brindar información al público de AGN \_\_\_\_

Escribir información para subir a facebook de AGN \_\_\_\_

Dar entrevistas a medios de comunicación en el tema de VIH \_\_\_\_

Otras actividades

---

¿Por qué?

---

### Anexo 3. Guía de observación para AGN



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

#### Guía de observación

<b>Actividad a observar</b>	<b>Descripción de cómo se realizó la actividad</b>	<b>Objetivo al que da cumplimiento</b>
¿Cómo es la relación interna con los trabajadores?		
¿Cómo es la relación con el público?		
¿Tipos de comunicación interna?		
¿Medios de comunicación externa?		
¿Cómo de actividades internas y externas?		
¿Identificación de líderes?		

¿Cómo manejan las capacitaciones y talleres de prevención de VIH con los distintos grupos?		
¿ Utilizan la comunicación para el desarrollo?		
¿Fomentan la participación y el dialogo con los grupos objetivos a los que atienden		

## Anexo 4. Agenda del Taller Cpd como vehículo para alcanzar los objetivos del milenio



Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo

Asociación Gente Nueva  
13 de septiembre de 2013  
9 AM-12 PM  
Facilitadora: Yadira Montes

### Taller/ Todos a bordo, la Comunicación para el Desarrollo como vehículo para alcanzar los objetivos del milenio.

Hora	Actividad	Responsable
9:00 -9:15	Inauguración del taller y presentación de los asistentes	Yadira Montes
9:15 – 9:45	Exposición de objetivo del taller	Yadira Montes
9:45 - 10:45	Desarrollo del modelo de comunicación para el Desarrollo y como se implementa	Yadira Montes
10:45 a 11:00	Refrigerio	Yadira Montes
11:00 a 11:30	Validación del taller, los participantes plasman la comunicación para el desarrollo en temas de VIH	Participantes
11:30 a 11:45	Exposición del trabajo realizado por los participantes para validar el taller	Participantes
11:45 a 12:00	Evaluación del taller	Participantes

Fuente propia

**Anexo 5**  
**Guía Taller**  
**Sensibilización y comunicación para el desarrollo**

Facilitadora:	Aminta Yadira Montes
Lugar y fecha de taller:	AGN, 13 de septiembre de 2013
Duración del taller:	Tres horas
Dirigido a:	Integrantes de la sede central

**Objetivo**

Sensibilizar a integrantes de Asociación Gente Nueva (AGN) en el tema de Comunicación para el Desarrollo.

**Motivación**

- Presentación del objetivo del taller
- Invitación a subirse al tren del desarrollo
- Recoger experiencias a través de preguntas generadoras sobre el tema de CpD
- Escuchar comentarios acerca del material didáctico utilizado.
- Otros

**Contenido**

- Definición de conceptos de comunicación tradicional y para el desarrollo.
- Enfatizar la diferencia entre comunicación tradicional y para el desarrollo
- Importancia de utilizar el dialogo y la participación para la construcción de mensajes.
- Mostrar el modelo de comunicación para el desarrollo y como se utiliza.

**Recursos**

- 1- Salón de reuniones
- 2- Material didáctico y pedagógico de presentación

- 3- Papelografos, marcadores y crayones
- 4- Otros

### Técnicas de enseñanza

- Individualizadas
- Grupales

Actividades	Formas de evaluación
Dinámicas de grupo	Preguntas
Exposición	Ejemplos
Reflexión	
Diálogo	
Participación de los asistentes	

### Bibliografía

Kaplún, Mario. 2002. Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular). Cuba. Editorial Caminos. 246 p

Freire, Paulo. 1984 ¿extensión o comunicación? (. México España Argentina Colombia. Siglo Veintiuno. 109 p

## Anexo 6 . Cuestionario de evaluación del taller de CPD



Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo

Asociación Gente Nueva  
13 de septiembre de 2013  
9 AM-12 PM  
Facilitadora: Yadira Montes

**Instrucciones:** Marque con una “X” qué nivel de satisfacción tiene con respecto a al taller de “Todos a bordo, la Comunicación para el Desarrollo el vehículo para alcanzar los objetivos del milenio”.

**1 regular**

**2 bueno**

**3 excelente**

No.	Aspecto	Calificación		
		1 Regular	2 Bueno	3 Excelente
1	Cumplió sus expectativas el taller			
2	Incrementó su conocimiento			
3	Fue útil y es aplicable para la institución			
4	Se sintió motivado a lo largo del taller			
5	Técnicas participativas			
6	Manejo del grupo por parte del capacitador			
7	Fomento la participación			
8	Dominio del tema del capacitador			
9	Uso del tiempo y refrigerio			
10	Material educativo entregado			

**Anexo 7. Guía de observación de la aplicación de Cpd de los integrantes de  
AGN**



Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo

**Validación del Taller/ Todos a bordo, la Comunicación para el Desarrollo  
como vehículo para alcanzar los objetivos del milenio.**

No.	Aspecto	Calificación		Anotaciones
		si	no	
1	Comprensión de la comunicación para el desarrollo y su importancia			
2	Aplicación del modelo de comunicación para el Desarrollo en temas de VIH			
3	Estuvieron motivados durante el taller			
4	Participaron todos en la validación de los demás compañeros			
5	Manejaron con propiedad el tema de la importancia de la participación en los temas de prevención de VIH/Sida			
6	Utilizaron el documento de mediación pedagógica para realizar su exposición			
7	Implementación del modelo de comunicación para el desarrollo en los próximos talleres de prevención.			

## Anexo 8. Guía de validación del bifoliar todo



Universidad San Carlos de Guatemala  
 Escuela de Ciencias de la Comunicación  
 Departamento de Postgrado  
 Maestría en Comunicación para el Desarrollo

### Guía para validar documento de mediación pedagógica

Aspecto a evaluar	Si le gusta	No le gusta	¿Porqué?	Sugerencias de que agregar o quitar
¿son adecuados los colores del tren para representar a AGN				
¿Le parece el tamaño del modelo de comunicación para el desarrollo?				
¿Esta de acuerdo con el contenido del bifoliar?				
¿Le gusta el tamaño de letra el y el color de la misma?				
¿Cree que el contenido del bifoliar es de fácil de entender y aplicar el modelo de CpD?				

## Anexo 9. Guía de validación de cosmetiquera



Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Postgrado  
Maestría en Comunicación para el Desarrollo

### Guía para validar el diseño de la cosmetiquera

Aspecto a evaluar	Si le gusta	No le gusta	¿Porqué?	Sugerencias de que agregar o quitar
¿son adecuados los colores de la cosmetiquera				
¿Le parece el tamaño de los mensajes plasmados en la cosmetiquera?				
¿Esta de acuerdo con el contenido?				
¿Le gusta el tamaño de letra el y el color de la misma?				
¿Cree que el contenido del mensaje es fácil de entender y aplicar el modelo de CpD?				

**Anexo10 Carta de solicitud de Practica Asociación Gente Nueva**

## Anexo 11. Carta de aceptación de AGN



### ASOCIACIÓN "GENTE NUEVA"

3a. Calle "A" 0-11 Zona 1, Guatemala, Guatemala 01001  
Telefax: (502) 2253-0318 • 2221-3281 • 2253-3616  
Email: gentenueva@itclgua.com

Guatemala, 02 de julio de 2013.

M.A. Aracelly Mérida

Directora Departamento de Estudios de Postgrado USAC

Ciudad.

Respetable Directora:

Atentamente me dirijo a Ud. deseando que sus actividades diarias sean exitosas. De acuerdo a su solicitud para que la estudiante, Licda. Aminta Yadira Montes quien se identifica con carné 100024664 y actualmente es estudiante de Maestría de Comunicación para el Desarrollo, realice su Práctica Profesional Supervisada en Asociación Gente Nueva, se le está dando aprobación y el aval correspondiente para que la Licda. Montes nos proponga su estrategia comunicacional que, será de beneficio para nuestras Asociación y sus beneficiarios.

Atentamente.

ASOCIACION  
"GENTE NUEVA"  
Guatemala

  
Hugo Rolando Valladares Morales

Director General de Asociación Gente Nueva.

RECIBIDO 24 AGO 2013  
*[Handwritten signature]*





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

Guatemala, 14 de noviembre de 2013  
**Orden de impresión**  
No. 021-2013 CLF/Akmg

Estudiante  
**AMINTA YADIRA MONTES**  
Carné **100024664**

Estimada Estudiante

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, ASOCIACIÓN GENTE NUEVA"**, 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"**

  
Lic. Julio Sebastián Chijín  
Director ECC

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


c.c. Archivo

Edificio M2,  
Ciudad 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)